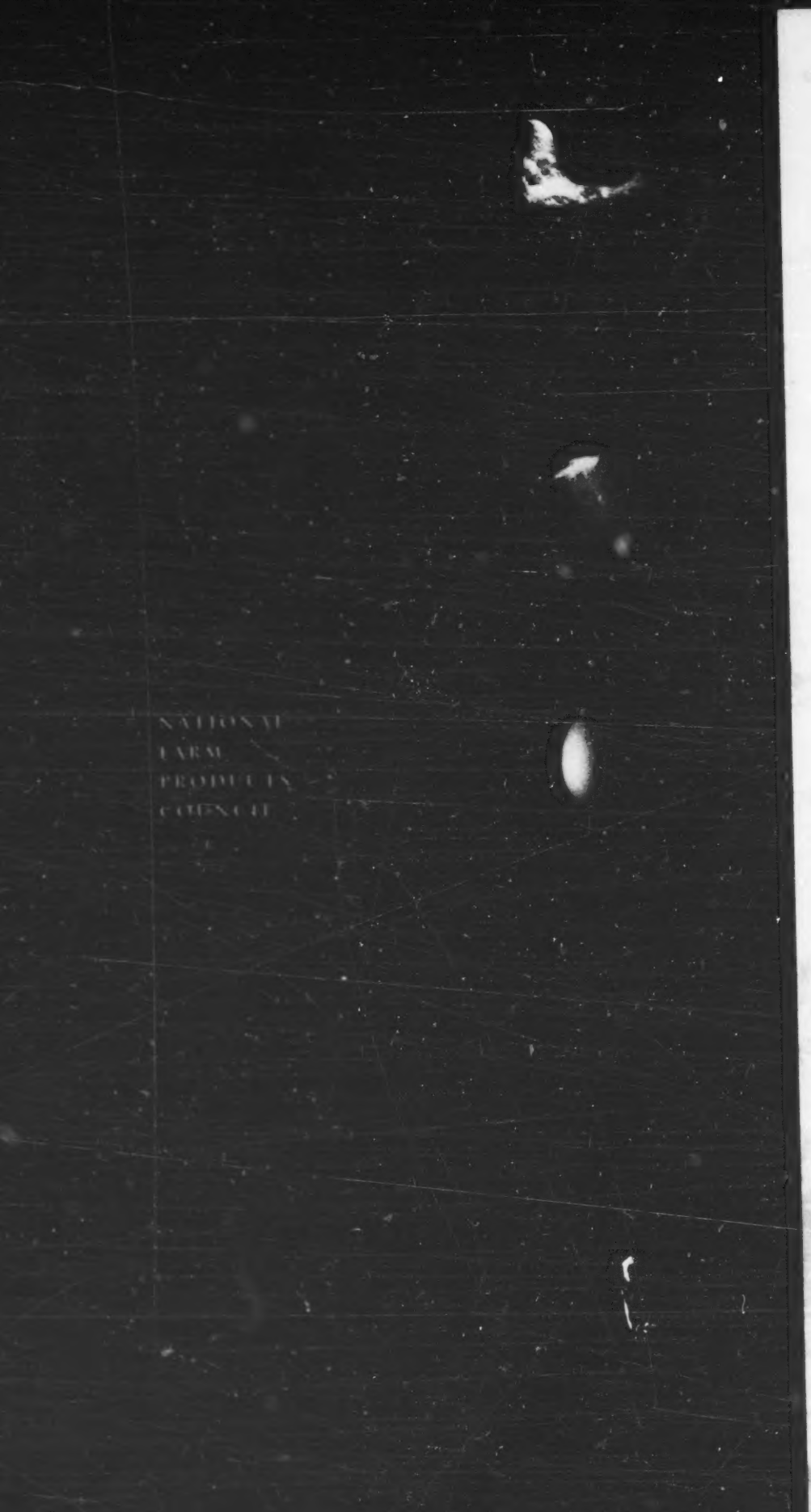


2000 ANNUAL REVIEW

Canada

MISSION:

To ensure that the national orderly marketing of farm products works in the balanced interests of all stakeholders — from producers to consumers.

MANDATE:

To advise the Minister of Agriculture and Agri-Food on all matters relating to the agencies established under the Act, with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry.

To review the operations of the marketing agencies to ensure that they meet their objectives as set out in the legislation.

To work with the agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade.

To work with promotion-research agencies in connection with primary production research and the promotion of regulated farm products.

For more information about where the Council fits and under which authority it operates, please visit the Council website at www.nfpc-cnpa.gc.ca or contact the Council at (613) 995-6752.

101-03039/

LETTER TO THE MINISTER

The Honourable Lyle Vanclief, P.C., M.P.
Minister of Agriculture and Agri-Food
Ottawa, Ontario

DEAR MINISTER:

This has been an eventful year, filled with opportunities to continue doing what we as a federal government agency always must do and what, at any rate, we feel we do best — provide service to Canadians and bring added value to the industries with which we work.

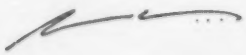
We challenged ourselves to develop a progressive strategic vision. We accomplished this. The Strategic Vision 2000-2003 charts the way for the next few years.

We challenged the poultry and egg industries to find solutions themselves to long-standing problems. They have done so. We played the supportive role to help them, but took the tough decisions that kept them on track.

In 2000, we charted new territory by conducting public hearings into determining the merits of establishing the first ever promotion-research agency for the beef industry. We ended the year by recommending to you that this agency be established.

This, our Annual Review for 2000, captures some of the main events for us and for those with whom we worked.

Sincerely,



Cynthia Currie
Chairperson,

Canada Building, 10th Floor,
344 Slater Street,
Ottawa, Ontario
K1R 7Y3
Phone: (613) 995-6752
Fax: (613) 995-2097
Web site: http://www.nfpc-cnpa.gc.ca
e-mail: nfpcweb@em.agr.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2001

Cat. No. A99-2/2000
ISBN 0-662-65524-9

National Farm Products Council
Conseil national des produits agricoles

Canada

TABLE OF CONTENTS

CHAIRPERSON'S MESSAGE 3

THE COUNCIL MEMBERS 7

REVIEWING THE OPERATION OF ORDERLY MARKETING SYSTEMS

- **Working with the Industry** 10
  - **Forwarding Federal-Provincial Agreement Renewal** 11
  - **Turkey** 12
  - **Eggs** 13
  - **Chicken** 14
  - **Broiler Hatching Eggs** 15
  - **Other Parts of the Industries** 17
- **Working with the Provinces and Territories** 18
- **Ruling on an Egg Complaint Hearing** 19

PROMOTING THE STRENGTH OF THE INDUSTRIES

- **Recommending a Proposed New Beef Agency** 22
- **Looking at International Developments** 24
- **Guiding Farm Product Groups Through the APMA** 26

IMPROVING COUNCIL OPERATIONS

- **Visioning and Planning** 28
- **Integrating Efforts with Federal Partners** 29
- **Explaining our Role** 31
- **Operating Better** 33

GLOSSARY OF ACRONYMS 34

CHAIRPERSON'S MESSAGE

2000 has been a busy year at the National Farm Products Council in all of our roles.

It has meant lots of hard work for the Council members and the NFPC staff — as it has for the poultry and egg agencies, with which we have always worked, and for the beef industry, a new partner for us at the NFPC.

THE NFPC'S ROLE:
Reviewing Operations Under our Legal Mandate

The NFPC's mandate comes from the Farm Products Agencies Act, and the NFPC also administers the Agricultural Products Marketing Act.

The **Farm Products Agencies Act** sets out the authority for an agricultural industry to establish a national orderly marketing system or a national research-promotion agency.

This Act also charges the Council with reviewing how these agencies are set up and how they operate.

During 2000, the NFPC played a very active role to help the four orderly marketing systems in the feather industries work better, more effectively and more efficiently. You'll see later in this Review how we worked with the feather industries, with their national agencies and with other players in the systems, such as provincial and territorial governments, processors and downstream users. You'll also see where we tackled specific issues in 2000, conducting an egg complaint hearing and helping to advance renewal by all four national agencies of their Federal-Provincial Agreements.

During 2000, we also had the excitement of receiving a proposal to create the first ever promotion-research agency under the Act. This came from the beef industry, with the Canadian Cattlemen's Association ('CCA') taking the lead on preparing, presenting and working through the evaluation and approvals process. You'll read later in this Review, of the work the NFPC did to investigate the merits of creating this agency, including holding public hearings and preparing a report and recommendations to the Minister of Agriculture and Agri-Food.

The **Agriculture Products Marketing Act (APMA)** allows the federal government to grant a farm product group the same powers over marketing of that product *across* provincial or national borders that a provincial government has granted over marketing of the product *within* a province.

This Annual Review describes the APMA work the NFPC has done with many farm products groups from many parts of Canada. It describes how we're working to simplify the process and improve how we guide the farm product groups through the process.

THE NFPC'S ROLE:
Strengthening the Industries

Flowing from our mandate to make sure that industries operate well under these legislative tools and delegated authorities, the NFPC has taken as its role the job of promoting the strength of the industries with which we work.

This Review describes what we have been doing to bring attention to best practices, such as useful Cost of Production calculations, to build awareness for international trends and to draw interest in export opportunities.

During 2000, the NFPC has been following up on the Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia in the autumn of 1999. This Review describes the NFPC's convening of a Poultry Meat Export Working Group, joint work with fellow Team Canada Inc. member organizations, plans for further export action and missions in 2001, briefings for the feather industries on the implications of WTO decisions and negotiations, and how the NFPC has sought to keep up-to-date on international developments by attending international conferences.

THE NFPC'S ROLE:
Improving How We Carry Out Our Role

There have been many changes to the context in which the four national systems operate. In the last years, it's been moving from the traditional 'supply management' within the context of the old international GATT regime to today's 'orderly marketing' within the context of an expanding international FTA and WTO regime.

There have been many changes within the four national systems and the agencies. In the last years, they've been moving from a tight focus on how to produce within Canada to a more market-responsive focus on how to meet differing user and consumer needs at home and abroad.

There have been many changes at the NFPC. We've had new Council members, new initiatives, new projects, new industry partners using new legislative tools. In the last years, we've been moving from a review function alone to a more proactive, far-looking role.

This Review describes the ways we improved our ability in 2000 to be proactive and to look ahead.

It describes our long and thorough look ahead, resulting in a Strategic Vision document for 2000-2003. This document was created in consultation with our main partners in the sector and in the industries, and was widely circulated.

In the Strategic Vision, we took a close look at how we could improve our existing work. How could we streamline procedures for the feather industries as part of our review work? How could we streamline processes for agriculture sectors as part of our APMA work? How could we coordinate better with our federal and provincial government partners in the services we provide farm industries? How could we attract the industries better to tools and approaches that can be useful to them? How could we explain better how these tools work and what the NFPC's role is, through our outreach, through our website and through our presentations?

NFPC'S ROLE:
Proud to Provide Value

The nine members of the National Farm Products Council come from a range of backgrounds and parts of the country. We bring a range of expertise and a thoughtfulness to the decisions we take and to learning as much as we can so that our decisions are based on reality. We meet regularly — thirteen times during 2000 — and we aren't confined to the boardroom. Of the thirteen meetings, seven were by teleconference. Council members made on-site visits around the time of the September Council meeting to Vanderpol Eggs in Abbotsford, the Pacific Agriculture Research Centre in Agassiz, chicken further processor Hampton House in Langley (a major supplier to fast food chains), and to the members and staff of the B.C. Marketing Board (the NFPC's provincial counterpart).

Throughout, we sought to play a role that would be truly useful: useful to the orderly marketing systems, useful to the industries with which we work, useful to other government players as a good partner on joint projects and on policy, useful to the Minister in our expertise and advice...

... and, ultimately, useful to Canada's economy and Canadians.

I believe the National Farm Products Council succeeded in bringing much useful value during the year and for the years to come — for *all* of the different farm product industries with which we worked in 2000.

THE COUNCIL MEMBERS

The members are appointed by the Governor-in-Council (that is to say, recommended by the Minister of Agriculture and Agri-Food and appointed by the Prime Minister). They are chosen so that together they bring knowledge and viewpoints from across the poultry and egg sector, across the different parts of the agri-food industry, and from across the country.

Cynthia Currie, Chairperson
Tenure: March 1997 – May 2002
Cynthia Currie is a native of Georgetown, Guyana. Prior to her appointment as Council Chairperson, she was General Manager of the Canadian Chicken Marketing Agency (now known as the Chicken Farmers of Canada). She also served as a member of the Canadian Agrifood Marketing Council and the Agriculture, Food and Beverage Sectoral Advisory Group on International Trade.

Ron O'Connor, Vice-Chairperson
Tenure: January 1998 – January 2004
Ron O'Connor is from Shelburne, Ontario, and is the owner/operator of Irm-Ron Farms Ltd. He is a former Director on the Board of Chicken Farmers of Ontario since 1988, serving as its Chairman in 1996-97.

Lorraine Arnett, Member
Tenure: October 1999 – October 2001
Lorraine Arnett is from Durham, Ontario. She and her family partners own and operate a small mixed farm, including a 10,000 ft² broiler barn. She is the comptroller of Bert Fisher Farms Ltd., Fisher Feeds Ltd. and associated companies, of Listowel, Ontario.

Anne Chong Hill, Member
Tenure: June 1998 – June 2001
Anne Chong Hill is the President and Chairwoman of Global Commerce Development Inc., a publicly traded company with subsidiary food companies Global Gourmet Foods Inc. (B.C.) and Premier Meats International Inc. (Alberta). A tireless promoter of the Canadian agri-food industry and Canadian agri-food exports, Mrs. Hill is also a member of the Canadian Agri-Food Marketing Council.

Raymond Cloutier, Member
Tenure: June 1998 – June 2001
Raymond Cloutier is from Ste-Foy, Québec, and served for many years as Director of Trade Policy for the Québec Ministry of Agriculture, Fisheries and Food. In 1997, he was decorated as Commandeur de l'Ordre du mérite agricole, with mention of Très grand mérite spécial.

David Coburn, Member
Tenure: January 1998 – January 2001
David Coburn is a native and resident of Keswick, New Brunswick. He is manager of W.B. Coburn & Sons, a sixth-generation family farm. A past-president of the New Brunswick Federation of Agriculture, he received the 1995 Outstanding Young Farmers of Atlantic Canada award and was named an Honorary Associate of the Nova Scotia Agricultural College in 1999.

John A. (Sandy) McCurrach, Member
Tenure: June 1998 – June 2001
Sandy McCurrach, from Kamloops, B.C., is owner and President of Purity Feed Co. Ltd., and owner and manager of Jamieson Creek Ranch. He is a former turkey producer and past executive member of several agri-food organizations.

Paul Ouellette, Member
Tenure: January 1997 – January 2001
Paul Ouellette, a native of Marieville, Québec, is founder and partner of several poultry distribution businesses. He is past-president of the Canadian Poultry and Egg Processors Council and a past-president and long-serving former member of the Association des abattoirs avicoles du Québec.

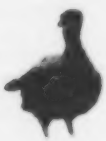
Michel Veillette, Member
Tenure: January 1997 – January 2003
Michel Veillette, a native of St. Maurice, Québec, is the President of the Québec Dairy Council and also National Director for the Crémerie des Trois-Rivières limitée. He served as a Member of Parliament from May 1979 to September 1984, and was also Parliamentary Secretary to the Minister of Consumer and Corporate Affairs.

Reviewing the Operation of Orderly Marketing Systems

WORKING WITH THE INDUSTRY

The NFPC reviews the operations of the national orderly marketing agencies for turkey, eggs, chicken, and hatching eggs for broiler chickens.

Here's how the system looks:



So, how does the NFPC do its work?

At the core of its work, the NFPC reviews each national agency's proposed quota and levy orders and decides whether to authorize the agency to enact them within the system. These orders are the legal engines on which the national systems run.

In 2000, the NFPC assessed many orders from the four agencies, and approved 26. Sometimes, they returned an order to an agency, asking for more work or more supporting information.

Another part of the NFPC's work with the four agencies is to determine what modifications are needed in their Federal-Provincial Agreement Proclamations and Marketing Plans. During 2000, the NFPC gave much encouragement and advice to the agencies as they continued to work to renew their FPAs.

2000: Orders and Amendments

	Quota	Levies	Other
CFC	6	3	X
CEMA	2	3	X
CTMA	3	2	X
CBHEMA	4	2	1

Beyond the legalistic work, the NFPC also helps to strengthen the four industries for today and tomorrow. You'll read more about this kind of work under the section *Promoting the Strength of the Sector.*

Forwarding Federal-Provincial Agreement Renewal

A project for all four of the orderly marketing agencies was to renew their Federal-Provincial Agreements. A renewed FPA, with its appended Marketing Plan and Operating Agreement, is the document under which the parts of a national orderly marketing system come together and operate.

The systems, the industries and the markets for the four commodities have changed much in the past years. So, too, then, must change the FPAs. In 1998, ministers of agriculture charged the four industries to renew their FPAs.

Each FPA requires 19 or more signatories: from Ministers to provincial government supervisory agencies to provincial or territorial-level commodity boards, depending on the agency.

Serious differences in the chicken industry complicated progress towards a renewed Agreement on chicken. That said, at the end of 2000, the chicken FPA was the most advanced of the four. The Chicken Farmers of Canada led the drafting, with the NFPC lending strong advice on format, giving regular legal and language feedback, plus looking to see that the provincial government supervisory boards and provincial governments were being kept in the loop.

By 2000 year-end, the egg industry had reached accord on some of its serious disputes and it, too, would be turning attention to renewing the egg FPA in 2001.

The turkey and broiler hatching egg industries did preliminary FPA work in 2000, holding Working Group meetings in March. The Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency's Working Group met on March 23, with an NFPC representative attending. NFPC Chairperson Cynthia Currie and another NAASA member rep sat in on the Canadian Turkey Marketing Agency's meeting on March 31.

Through 2000, both of these agencies looked to the chicken FPA renewal process as a model. By the end of 2000, with the chicken FPA renewal entering its final stages, CTMA and CBHEMA declared they too would be tackling their FPA renewal in 2001.

Turkey

The Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) was created in 1973 to manage the supply of turkey in Canada. Its Board of Directors has eight provincial producer members, two primary producer members and one further processor member.

The core work of the Council with any of the four orderly marketed agencies is to consider an agency's levy and quota orders.

During 2000, Council members assessed and approved three turkey quota orders and two levy orders.

Beyond quotas and levies, Council members and staff kept in steady contact with the CTMA through the year.

Our representatives were at CTMA's meetings in March, June, September and November, and gave updates on NFPC activities. We also heard the latest news on CTMA's projects, such as the completion of the study on benchmarking and results from the producer-processor 'Turkey Tuesday' marketing campaign.

The NFPC was especially interested to mark the difference made by CTMA's recent new quota allocation methodology to supply more flexibly the needs of the two types of market for turkey meat in Canada.

The CTMA came to the NFPC too, to the June and December Council meetings. In December, the CTMA reviewed its actions and issues in 2000, presented to the Council members the CTMA's action strategy and budget for 2001, and looked ahead to projects for the new year.

At the end of 2000, we were looking forward to working closely with CTMA on the renewal of its Federal-Provincial agreement. CTMA's technical committee of its FPA working group was to begin drafting in the new year and we were readying ourselves to work with them.

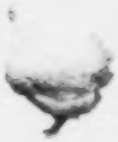
Eggs

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA) has managed the supply of eggs in Canada since its creation in 1972. Its Board of Directors includes representatives from the ten signatory provincial and the Northwest Territories (NWT) commodity boards, three representatives from the Canadian Poultry and Egg Processors' Council and one from the Consumers' Association of Canada.

The egg industry continued to face quota allocation problems in 2000, but by year end the NFPC was pleased by the industry's progress towards solving these problems, with more progress expected in 2001.

The national egg industry could not agree on how to allocate quota. This had been a problem for many years. Early in 2000, the NFPC agreed to a special extension of the CEMA's quota orders until the end of February 2000, holding the system in stasis at 1999 levels, to give CEMA more time to find agreement on the 2000 production year.

Agreement was long and tough in coming.



CEMA presented orders to the NFPC for prior-approval in February and March. The Council did not take decision on them, but asked CEMA for more supporting information.

On March 24, the Manitoba and Saskatchewan signatories to the national egg agreement lodged a formal complaint with the NFPC. As will be described later in this Review, the NFPC held hearings, heard arguments and ruled on the complaint. The Council approved the CEMA quota order to keep the egg system operating and give the industry an opportunity to develop an acceptable allocation methodology.

Council member and egg complaint hearing panel member Raymond Cloutier:

"The egg producers proved yet again that seeking 'win/win' solutions is assuredly the way to arrive at long-lasting agreements among provinces."

As described later in this Review, CEMA worked hard to find a solution that the CEMA members could agree to and which could be the starting point for work on the renewed FPA in 2001. The NFPC approved CEMA's 2001 quota order late in 2000, noting that the solution would indeed have to be enshrined in a new, negotiated FPA in 2001 which all the needed signatories to a national egg agreement could sign onto.

Another job CEMA took on in 2000 was to update its Cost Of Production formula. The NFPC has been encouraging work on 'COP' and had produced COP guidelines for the national agencies. In 2000, we challenged the egg agency to develop a defensible COP formula. At the end of 2000, Council was awaiting the outcome of this exercise.

Chicken

The Chicken Farmers of Canada (CFC) was created in 1978 to manage the supply of chicken in Canada. Its fourteen-member Board of Directors is made up of farmers appointed each year by provincial marketing boards, which are signatories to the federal-provincial agreement that created the CFC. Non-farmer directors (one from the restaurant industry, one from the further processing industry, two representing the processing industry) are appointed for two-year terms by their respective national associations.

In 2000, the NFPC approved six chicken quota orders and three levy orders.

Three other big topics held the NFPC's attention during 2000:

1 the industry's renewal of its Federal-Provincial Agreement (FPA),

2 the withdrawal of Alberta as a signatory to the chicken FPA on December 31, 2000, and the related Chicken Farmers of Canada discussions with Alberta and B.C., and

3 chicken imports, domestic supply and the government's policy on Import Controls.

By the end of 2000, the chicken FPA renewal was more advanced than the egg, turkey or broiler hatching egg FPAs. The Chicken Farmers of Canada had agreed on a draft new FPA and was next seeking approvals from federal legal counsel and from the provincial signatories. The CFC expected to get agreement from all in the first part of 2001.

During 2000, the NFPC worked intensely with the Chicken Farmers of Canada on its draft Federal-Provincial Agreement, lending expertise, drafting support and legal advice. The NFPC also pushed steadily to have the provincial government supervisory agencies kept connected to the drafting process. The NFPC had regular consultations and updates from the CFC throughout the year on its progress.

At the beginning of 2000, Alberta had served notice of its intent to withdraw from the chicken FPA, to take effect on December 31, 2000. This was prompted by uncertainty over whether B.C. would continue to participate in the national chicken system, the result of conflict between B.C. producers and processors, and a B.C. Supreme Court ruling. The province had the right to call back its notice of withdrawal at the end of February. It did not. At the end of 2000, the NFPC was remaining in discussions with the CFC on Alberta's withdrawal and on the agency's efforts to negotiate service contracts with Alberta and B.C.

During 2000, staff were part of a team advising the Department of Foreign Affairs & International Trade on the development of a domestic supply program to meet the needs of manufacturers of chicken products that are not included on the Import Control List (ICL). Under federal Import Controls policy, only a certain volume of chicken is permitted to come into the country under a lower tariff rate.

The CFC had been aiming to supply this need with domestic chicken instead of imports. The Ministers of Agriculture & Agri-Food and of Foreign Affairs agreed this was a good aim. They challenged the CFC to work with the industry to develop a domestic supply programme. The CFC charged its Market Development Committee to undertake the task. The Minister of Agriculture & Agri-Food charged the NFPC to act as an observer on this Committee, to monitor its progress and to report regularly to him. At the end of 2000, substantial progress had been made and the CFC was aiming to have a new programme in place by mid-year 2001.

The NFPC also worked with the chicken industry on projects such as the Poultry Meat Export Working Group, described later in this Review.

Broiler Hatching Eggs

Created in 1986, the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA) manages the supply of broiler hatching eggs in Canada. The seven member Board of Directors includes representatives from the five provincial commodity boards (Quebec, Ontario, Manitoba, Alberta, and British Columbia), and two representatives appointed by the Governor-in-Council (positions vacant since 1996 and 1998 respectively).

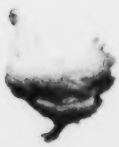
The broiler hatching egg industry started the year 2000 without having quota, levies or orderly marketing orders in place. By the end of 2000, the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency had brought forward and gained NFPC approval for four quota orders, two levy orders and one orderly marketing regulation.

The industry could not agree how to account for imports when allocating production quota among the member provinces, while staying within the total national production quota. This was a problem. Without agreement, it couldn't settle on any orders, couldn't bring any forward to the NFPC, couldn't put any into effect.

The NFPC knew well the importance of getting orders in place to a national orderly marketing system for broiler hatching eggs, but knew the solution to the problem had to come from the industry itself.

The industry members, too, knew the importance of getting a solution, but hadn't been able to find one all through 1999.

The NFPC had worked steadily throughout 1999 to help CBHEMA keep at the search for a solution. The NFPC had conducted a complaint hearing about the methodology and then prepared a report on its findings. The Council had urged CBHEMA to adopt its report recommendation for professional mediation, which CBHEMA had done; mediation took place throughout autumn 1999. The NFPC had encouraged and facilitated meetings and discussions. And yet, by the end of 1999, the industry had still found no solution.



But the industry held firm into 2000. Knowing the value of a national orderly marketing system, the industry did not want to abandon it. And the NFPC held firm too, steadily pressing the industry to keep working to save the system.

Then, on January 14, 2000, all these efforts bore fruit. CBHEMA's Board of Directors alerted the Council that it now had agreement on the way to treat imports in its quota allocation.

At the February Council meeting, Council members prior-approved CBHEMA's preliminary 2000 quota regulation and 2000 levies order, reminding CBHEMA it had to amend its Marketing Plan to reflect the new allocation methodology. More orders followed, covering the 2000 final allocation and preliminary quota and levy orders for 2001.

CBHEMA was able to turn to its other tasks, such as amendments to its own orderly marketing regulation for the NFPC to prior-approve. One amendment allowed broiler hatching eggs to be sold from New Brunswick (which is not a party to the national orderly marketing system for broiler hatching eggs) into Québec (which is) under a special contract. Another amendment removed expiry dates from the regulation, allowing it to stay valid unless changed, without having to return every year to the NFPC for renewal.

Another task to which CBHEMA could now turn its attention was the renewal of the broiler hatching egg Federal-Provincial Agreement. During 2000, CBHEMA held one meeting in March of its FPA Working Group, with an

NFPC representative attending. CBHEMA decided it would watch progress by the chicken agency on its own FPA renewal first. At the end of 2000, with the chicken FPA renewal entering final stages, CBHEMA told the NFPC it was readying itself to tackle the broiler hatching egg FPA in 2001.

Other Parts of the Industries

The NFPC keeps in regular contact with other organizations in the poultry and egg industry.

Council members invited representatives of the Canadian Poultry and Egg Processors Council and of the Further Poultry Processors Association of Canada to meet with them at the Council meeting of February 2–3, 2000.

In turn, NFPC representatives attend meetings of the CPEPC and FPPAC. Representatives attended the CPEPC's special 50th Anniversary Annual General Meeting in Ottawa in June. The FPPAC invited the NFPC's Executive Director to its February meeting to give a presentation on the 1999 Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia.

The NFPC also was working jointly with both organizations on projects such as following-up on the Asia poultry mission and the resulting Export Working Group, or work on a new poultry database.

The NFPC was connected to other related organizations too, and kept informed of their activities. Council member Anne Chong Hill, for instance, is also a member of the Canadian Agri-Food Marketing Council and brought updates on CAMC developments. The Council members continued to invite guests from various parts of the agriculture industry to speak to them at Council meetings — as with the Canadian 4H Council representative at the December Council meeting.

As mentioned in the Chairperson's Message, Council members made on-site visits to a producer, a research centre, a further processor, and its provincial regulatory agency counterpart in British Columbia on the occasion of their September Council meeting.

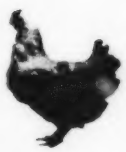
WORKING WITH THE PROVINCES AND TERRITORIES

The NFPC, as always, kept in touch with players at the provincial and territorial level, whether to share ideas or to consult over specific issues as to how the orderly marketing systems are running.

One of the more structured ways the NFPC does this is through membership in the National Association of Agri-Food Supervisory Agencies. The NAASA links the federal NFPC and its counterparts in the provincial and territorial governments.

Consulting and Sharing Information

The NAASA meetings were a good venue for government representatives to alert each other on upcoming developments, to get a feeling for the atmosphere in the different regions during disputes within the orderly marketing systems, or to get feedback on things such as the NFPC's Strategic Vision for 2000-2003.



The NFPC participated in the many NAASA meetings: the teleconferences in January, April, two in May, June, October and December, plus the face-to-face meetings in Ottawa in March and in September (before the NAASA meeting with the Chicken Farmers of Canada on the draft chicken FPA).

FPA

The renewal by the four agencies of their Federal-Provincial Agreements was the biggest issue NAASA members dealt with in 2000.

As mentioned earlier, the Chicken Farmers of Canada was tackling renewal of its chicken FPA and this was a strong focus for the NFPC and its fellow NAASA members. NFPC worked intensely with the CFC on the draft. The NFPC kept an especially close eye on how the provincial supervisory agencies and governments were being kept in the loop and led several of the NAASA discussions on the chicken FPA.

The NFPC was also able to update the other NAASA members on the status of work by the other three national orderly marketing agencies on their FPA renewal.

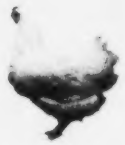
RULING ON AN EGG COMPLAINT HEARING

The Hearings
In 2000, the NFPC conducted an inquiry into a complaint received against the national egg agency's decision on quota allocation.

The complaint arrived at the NFPC's office on March 24th. It came from Manitoba and Saskatchewan signatories to the national egg agreement. The complainants were the two provincial agricultural ministers, the two provincial government supervisory agencies and the two provincial egg boards. They complained against the Canadian Egg Marketing Agency's proposed 2000 quota allocation among the member provinces and territory.

The Chairperson of the NFPC, upon receiving the complaint, appointed Vice Chairperson Ron O'Connor to chair a three-member Committee to inquire into it.

The Committee held hearings in Ottawa on May 3rd and 4th. It heard economic, policy and legal arguments from the two complainants, from CEMA, and from others in the industry who were involved in setting the quota allocation, or who would be affected by it.



Council member Lorraine Arnett:

"As the new member in 2000, I was impressed by the complexity of balancing interprovincialism versus the national benefits across Canada."

The Findings
Following the hearings, the Committee made its report. The report presented its conclusions on the arguments raised, presented observations on the scope of the discretion with which the agencies applied their criteria, noted the limits to this discretion, and acknowledged that the complainants had several strong and valid points that needed to be addressed so that the egg system could continue strong into the future.

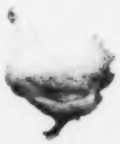
The Committee concluded by dismissing the complaint. Council then approved CEMA's proposed quota allocation order. However, in transmitting this approval, the NFPC made clear to CEMA and the egg system members its serious concerns on how CEMA was applying its criteria and the methodology by which it set its quota allocation.

The Results

CEMA and the egg industry took this issue seriously and instructed its Quota Allocation Committee to work out a new quota allocation methodology acceptable to all signatories of the National Agreement.

A new methodology was hammered out and agreed to by the CEMA's Board of Directors in the autumn of 2000. Late in 2000 CEMA presented for NFPC approval new quota and levy orders covering the 2001 production year based on this new methodology.

The NFPC prior-approved CEMA's 2001 quota order based on the positive direction of work completed to date.



"I trust that progress will be made by CEMA's quota allocation committee with respect to developing a new quota allocation methodology and related levy structure.... In Council's view, it is very important that the agency have [this] in place for CEMA's 2001 quota allocation.... We have made our concerns known with work to date on this file and anticipate positive developments."

Letter from the NFPC Chairperson to CEMA, July 19, 2000

Promoting the Strength of the Industries

RECOMMENDING A PROPOSED NEW BEEF AGENCY

For many years, beef cattle producers had been working on a proposal to create a new type of national agency: a promotion-research agency. In January 2000, their proposal arrived at the NFPC.

The beef producers had been finalizing their proposal during 1999, consulting the various parts of the beef industry across the country. The Canadian Cattlemen's Association had the lead on drafting and taking expert advice from the Department of Agriculture and Agri-Food.

This special type of national research-promotion agency was allowed for under Section III of the Farm Products Agencies Act. The Act permitted this type of agency to be funded by a levy on product sales across provincial and Canadian borders, and it could permit this levy to be mandatory.

The Act also named the NFPC as the federal body that would review the creation and operation of any such agency.

No agency of this type had ever yet been created.

But now, beef cattle producers were ready for one.

The CCA presented a proposal to the NFPC, acting on behalf of ten other beef cattle associations across Canada.

Then it was over to the NFPC.

The Farm Products Agencies Act sets out the course of action for the NFPC. The NFPC must conduct an inquiry into the merits of establishing a research-promotion agency, see what benefits it might have, see what negative impacts it might have, gauge what support it has from the industry itself, and look at how it might realistically function. It must conduct at least one public hearing and call for submissions and comments.

The Council Chairperson appointed three Council members to conduct public hearings into the merits of establishing a research, market development and promotion agency. These hearings were held in May and June in Calgary, Alberta, Etobicoke, Ontario and Pointe-Claire, Québec. The NFPC received and considered many comments and submissions. It carried out its own research and thinking. It wrapped together its findings in a Report on the Inquiry.

The Report was formally adopted by the Council at its December meeting.

Council member and beef hearing panel member Sandy McCurrach:

"An interesting exercise this year has been the beef proposal. It was certainly a good initiative. It was a progressive step and it's the start of more to come."

The National Farm Products Council concluded that there was merit in creating this agency. The Council sent its recommendations to the Minister of Agriculture and Agri-Food, namely that:

- the public interest would be well-served by a vehicle that could generate funding needed for good research, market development and promotion for beef cattle, beef and beef products
- there was ample evidence of majority support from the aggregate of producers and importers in Canada
- a national beef cattle research, market development and promotion agency be created, according to the Farm Products Agencies Act
- the agency be headquartered in Calgary (as the industry proposed)
- the agency be authorized powers over product sales across a provincial border, over exports and also over imports (whether or not the industry actually chooses to exercise those powers immediately, or ever)
- that the agency ought to have representation from the Canadian Meat Council and from the Canadian Association of Importers and Exporters, as well as from the different provincial producer boards
- the promotion and research plan in a draft agency Proclamation be adopted and implemented
- more work be done to flesh out the levying system and how it could dovetail with existing provincial levy systems
- levying be phased in, since not all provinces had in place legal arrangements that allowed them to impose a mandatory, non-refundable levy on trade within the province
- imports not be levied unless and until all domestic trade was being levied.

At the end of 2000, the NFPC was readying itself to work with the industry to build the operating details and legal requirements needed to make this agency a reality.

LOOKING AT INTERNATIONAL DEVELOPMENTS

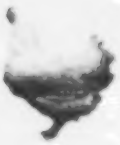
If you know what's over the horizon, then you can move towards potential opportunities or prepare a strong defence against potential problems.

The NFPC aims to strengthen the industries with which it works, and part of that is keeping aware of what might be over the horizon that could affect the industries, and sharing that information with them. Council members and staff attend international conferences, such as the U.S. Department of Agriculture Outlook Conference in February 2000 and the U.S. National Chicken Council meeting in Washington in October.

During 2000, our work fell into two main areas:

1 tracking WTO developments,

2 increasing export awareness and readiness in the poultry and egg industries.



We closely watched the WTO negotiations during 2000. We were included in de-briefings from Canada's negotiators and kept contact with the agricultural team based out of the International Trade Policy Division at Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC). Council members had regular updates on developments.

We also carefully watched developments following the WTO decision on Canada's dairy export policies, with attention to possible implications for the poultry and egg orderly marketing systems and their programmes. We discussed the implementation of the decision with the Canadian Dairy Commission, the Department of Foreign Affairs & International Trade (DFAIT) and AAFC. On June 12, the Chairperson and Executive Director took part in a meeting at AAFC with DFAIT, the national egg agency and the national chicken agency to discuss the WTO dairy ruling and Canada's poultry and egg programmes.

On the export awareness and readiness side, we followed up on the Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia in 1999, which we had initiated and coordinated, and on the decision late in 1999 to form a Poultry and Egg Export Working Group.

The Poultry Meat Export Working Group had its first meeting on January 31, 2000, bringing together chicken and turkey producers, processors, further processors, traders, the NFPC and officials from AAFC's Market Information and Services Branch.

As mentioned earlier in this Review, our Executive Director was invited to the February 18 meeting of the Further Poultry Processors Association of Canada

to give a presentation on the mission and seek FPPAC participation in the working group.

On May 25, the NFPC and the Canadian Poultry & Egg Processors Council (CPEPC) co-hosted a meeting in Toronto to bring together poultry processors once again for a look at the approach to exporting. At that meeting, Council outlined the actions taken in the beef industry through the Canada Beef Export Federation as it moved into an export orientation that has resulted in positive increases in Canada's beef trade.

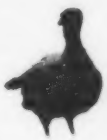
On October 30, the NFPC invited some 20 industry leaders to a meeting of an expanded Export Working Group. Some successful poultry meat exporters shared their experiences. The participants talked over different perspectives on developing export markets. The Canada Beef Export Federation spoke about the beef industry's success in increasing the quantity and value of its exports, and offered to work cooperatively with the poultry industry in export markets. Information on this meeting was circulated in the NFPC and CPEPC newsletters.

Following this meeting, we began to develop an action plan with industry input to effect the next steps in export marketing of poultry and egg products.

One of the tasks was to research appropriate international food shows. One popped out from the rest: Tokyo's Foodex 2001, March 13–16. At the end of 2000, the NFPC had begun work on organizing poultry representation at the show at the Canadian government pavilion.

The NFPC is part of Team Canada Inc., the 'virtual' trade agency that coordinates export development programmes, exporter information and other services to exporters offered by the government members and private sector partners. Our representatives attend the regular TCI Management Board meetings, where the members update each other and review progress on joint TCI activities. As a member organization, we took part in a consultant's survey on TCI governance.

Another project in 2000 aimed to strengthen the industry by increasing export readiness and by opening export opportunities. This was to update poultry and egg listings on the federal SourceCAN directory. SourceCAN is a free e-business network operated by Industry Canada, where foreign and domestic buyers can directly find companies that provide Canadian products and services. We began a cooperative campaign with Industry Canada and the poultry and egg industry to make all industry companies aware of the directory and make sure that any company who wants to be listed has an up-to-date and complete profile.



GUIDING FARM PRODUCT GROUPS THROUGH THE APMA

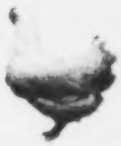
It's not just about poultry and eggs, or even beef for us...

... the NFPC's work touches on other farm products as well.

Wood, canola, flax, alfalfa, hogs, — all had APMA orders that the NFPC staff worked on in 2000.

Sheep, potatoes — these industries had advice from the NFPC on the APMA during 2000.

The 'APMA' is the Agricultural Products Marketing Act. It lets the federal government grant a farm product group certain powers over the marketings of a product across provincial or Canadian borders so long as a provincial government has already granted that group those powers over marketings within the province or territory.



A farm product group has to get the process started by making an application under the APMA to the NFPC. The NFPC then guides the order through the federal evaluation and approvals process, coordinating with the sectoral group, other federal agencies and often a provincial government or two.

The application has to provide the right kind and detail of information. The NFPC assesses the application's content and prepares it for legal review and approval, including evaluation of the client's legal powers under their provincial governments. At the same time, policy issues are evaluated by the Department of Agriculture and Agri-Food.

Once an order receives approval, the NFPC prepares it for publication in the Canada Gazette, which puts it into effect.

In 2000, the NFPC 'gazetted' six APMA orders, with another five in the works for 2001, as well as giving advice to other sectoral groups on the APMA, what it can do, what is needed for an application, and what the process is.

To help make the APMA process simpler for sector groups, the NFPC launched an initiative in 2000 to produce a better, more convenient guide to the APMA. It also continued discussions with the Departments of Agriculture & Agri-Food, and of Justice, on better APMA administration, notably on regulatory requirements for publishing orders and regulations.

The NFPC website, too, was turned to good use, with a new reference section on the APMA application process, so that sector groups could quickly get oriented no matter where they were in the country.

Improving Council Operations

VISIONING AND PLANNING

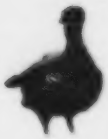
Where will the NFPC be in three years?

What will the industries be like? What will the orderly marketing systems be like? What about the other types of agencies within our mandate? What issues will be important for the industries with which we work? What will our work be like?

And where do we want to be in three years — and what can we do to get there?

These were the questions for our Strategic Vision exercise in 2000. It began with the Council members, widened through consultations with our partner groups in the government and in the agricultural sector, continued with full NFPC staff discussions and resulted in a Strategic Vision document. The Strategic Vision document was circulated throughout the industry and served as a good anchor point for our planning in the immediate and mid-term.

On January 31, the exercise began with a two-day retreat by the Council members. They brainstormed on such questions as: What more could the NFPC do to make dispute resolution mechanisms in the industry more effective? What were the impacts of globalization on the industry and the orderly marketing system, both pressures and opportunities? Did our perception of this differ from that of the industry? Was there a rise of regionalism in the national orderly marketing systems and, if so, how ought we to respond to it? Some of the answers were pulled together in an action plan.



This action plan, fused with the regular annual work planning, grew into our Strategic Vision document. The Strategic Vision set out the priorities for the NFPC for the following three years and the line of action we would take to address those priorities. The document was widely circulated through a mailing, publicized through our own outreach and industry newsletters, and was posted on our website in an updated Priorities section.

The Strategic Vision and the long-term action plan could then frame our annual planning and priority setting.

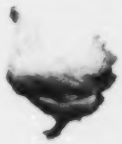
They would also help structure our accountability reporting. Every year, the NFPC makes two reports to Parliament — and 2000 was no different. The first, in early spring, is the Report on Plans and Priorities. It is based on the NFPC's annual strategic planning and it outlines plans, key target results and the needed associated resources for the following three-year period. The second is in the fall: a Performance Report on the previous year's accomplishments. The NFPC reports for 2000 appeared in the same publications as reporting from the Department of Agriculture & Agri-Food.

INTEGRATING EFFORTS WITH FEDERAL PARTNERS

The NFPC works within the federal agriculture portfolio with the other portfolio agencies, as well as with other federal agencies whose work coincides with our own. The idea is to coordinate, rather than duplicate or leave gaps in the value we bring to the public and the commodity groups Council deals with.

The National Farm Products Council is very conscious of its responsibility to fulfill the duties and role assigned to it by Parliament. There is also the recognition of a responsibility to serve the needs of citizens. The Council is an integral and active member in the government's agriculture and rural portfolio supporting the initiatives and programs of the Department of Agriculture and Agri-Food.

The NFPC has a close administrative relationship with Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC). As mentioned in an earlier section of this Review, the NFPC reports to Parliament are included in the AAFC's reports.



The NFPC receives various administrative support from AAFC. The NFPC also relies on the technical staff at the AAFC to keep our website functioning, and functioning well, for our web visitors, plus two-way linking between the AAFC and the NFPC to direct visitors to the information and contact coordinates they need from either organization.

The Council's members and staff draw on their intimate knowledge of the operations of the four national agencies and developments in the various farm product industries to provide briefings, advice and analysis to other government departments and agencies as requested throughout the year.

The NFPC participates in planning and policy discussions connected to our mandate, providing the other portfolios with briefing notes and advice on policy or speeches. NFPC representatives take part in regular meetings with AAFC and other agriculture portfolio officials on management, administration, informatics and communication outreach.

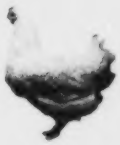
Special to 2000, and mentioned earlier in this Review, the NFPC worked with the AAFC, along with Justice Canada, to streamline the APMA approvals process, to simplify and speed up the turnaround to the commodity groups.

The NFPC also explored with Justice Canada and the Privy Council Office ways to streamline the processing of orderly marketing agency orders and regulations. The result: a more convenient, less expensive process for the national agencies was to be put in place during 2001.

Tracking WTO and international agriculture developments is another area of joint effort. As mentioned earlier in this Review, AAFC and NFPC stayed close on the WTO negotiations, and both met with the Canadian Dairy Commission during 2000 on the WTO's ruling over the dairy export programmes.

The NFPC also contributes to the programmes of foreign agricultural delegations coordinated by AAFC. This year, delegations from Poland and Costa Rica had presentations from the NFPC on Canada's orderly marketing systems and government policy.

The NFPC joined the portfolio on specific project initiatives, such as the Youth Opportunities Programme, including publicizing the programme with the industries closest to us and joining in to produce a pamphlet and special website where young people could get more information about the programme. Another project linked the NFPC, AAFC and the broiler hatching egg agency to begin construction of a more accessible poultry database, which will help to ground decisions, and thinking, on a more common basis.



EXPLAINING OUR ROLE

"Does the National Farm Products Council look after all farm products?"

"What is orderly marketing?"

"How does the orderly marketing system work — and what does the NFPC have to do with it?"

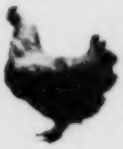
"How will what's going on internationally affect how these systems operate at home?"

"I'm looking to sell several tonnes of soybeans — are you buying?"

"I'm looking to buy pine nuts — can you sell me any?"

...and "Are there really such things as green eggs?"

These are only some of the questions that came to the NFPC during 2000! Some came through regular meetings and contacts by the Council members and staff. Some came by FAXed or mailed letter. And some came through the NFPC website.



The NFPC puts great importance on providing value-added information: information that is not being provided elsewhere, or direction to where to find the right information.

The NFPC uses many tools to explain what our role, who we are, what it does and what it all means. These include: the website; the biweekly FOCUS newsletter; the monthly updates to the Minister of Agriculture & Agri-Food and to the other agriculture portfolio members; media interviews; articles in industry press; guideline booklets; and presentations both at the NFPC headquarters and farther afield.

In 2000, the NFPC steadily improved its website, notably with new sections on the beef cattle agency proposal, on the legislation under which we work, on the APMA and application process, and on promotion-research agencies in general. In the autumn, Council also launched a quicker web report on the outcome of Council meetings. Work also began on planning and implementing the design and functional changes required under the new federal Common Look & Feel campaign for federal websites.

We also improved how web visitors were led to our website by improving how the Internet search engines found and featured our site. We made it easier up-front for visitors to understand what our site was about, and offered quick and easy links to redirect their questions to sites more likely to have the answers they were looking for. Thanks to these improvements, the number of lost web visitors or misdirected questions dropped dramatically. This freed up network resources, saved staff time redirecting visitors and saved lost info-seekers much frustration.

The website featured several documents that were also distributed and made available in paper format: the Strategic Vision document; notices and information about the beef agency hearings and evaluation process; and the Agrifacts info sheets that give an overview of the poultry and egg industries and good sources of data.

The website also featured our speeches and presentations through 2000, often with the accompanying visuals.

These presentations were a big part of the NFPC outreach in 2000. Council representatives went out to most of the provincial-level orderly marketing commodity annual meetings across the country. And several were invited to make presentations, including at the national agency annual general meetings in the spring.

As has been mentioned earlier in this Review, the NFPC organized special presentations to the industries on exporting, on the Poultry Meat Export Awareness Mission to Asia in 1999, and on WTO developments. We also made presentations on the orderly marketing system to foreign delegations to Canada.

One other large presentation was to the combined Canadian and U.S. bankers' associations at their conference on agriculture, held in Winnipeg at the end of September. This was at the request of the American bankers, who had heard much about this Canadian 'orderly marketing' and wanted to know more. It was also a good orientation for many of the Canadians there. After the presentation, several of the U.S. bankers wanted to know how they could get some orderly marketing systems in place in the U.S., too!

These were some of the ways the NFPC answered these questions of who the NFPC is, how the orderly marketing systems benefit Canadians, where to get information on buying and selling various farm products — and the whole range of questions put to us.

Including the fact that, yes, there really are green eggs...

OPERATING BETTER

As part of the NFPC's planning, and aim to provide value, we looked at ways to improve the effectiveness and value of its own operation.

Budgeting
2000 saw a better link to the financial planning services provided to us by the Department of Agriculture and Agri-Food, following an agreement in 1999. Corporate Services Branch now provides this service, giving the NFPC a direct link to the central budgeting branch and more direct access to central planning information.

Review of Vote Status
The NFPC completed its review begun in 1999 of the route by which the Council receives its budget from Parliament, otherwise known as its 'Vote Status'. The decision was to continue the existing arrangement, with the NFPC receiving its budget through AAFC rather than separately from Treasury Board.

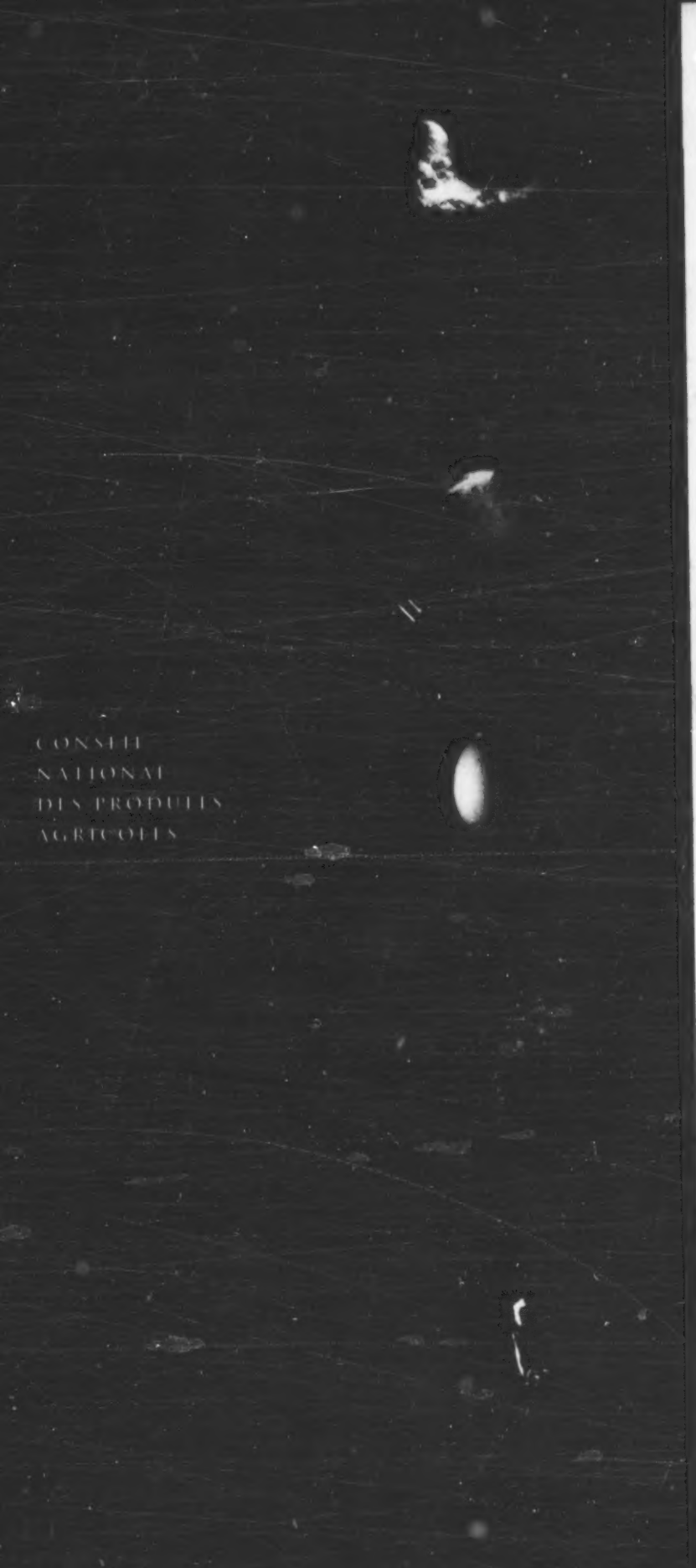
NFPC-AAFC MOU
During 2000, we began work to develop a Memorandum of Understanding with AAFC to set out clearly what services and service levels AAFC provides to the NFPC. This work will continue in the next year.

NFPC-PSC MOU
Another MOU the NFPC was working on in 2000, was one with the Public Service Commission on issues of accountability during staff hiring. The PSC is entering into agreements with all departments and agencies with respect to accountability to PSC and Treasury Board of delegated staffing authorities. It was expected that the NFPC would enter into an MOU with the PSC in 2001.

Staffing Actions
For the first part of 2000, two NFPC staff members were finishing job exchanges with the AAFC to increase their knowledge and tighten working relations with the Department. One was with the AAFC's poultry policy division and the other with the AAFC's informatics team. Another staff position was regularized from a long-term acting status to a permanent basis. Throughout the year, several people were selected and brought in to keep the NFPC up to full contingent during temporary vacancies.

GLOSSARY OF ACRONYMS

AAFC	Agriculture and Agri-Food Canada
APMA	Agricultural Products Marketing Act
CAMC	Canadian Agri-Food Marketing Agency
CBHEMA	Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency
CCA	Canadian Cattlemen's Association
CEMA	Canadian Egg Marketing Agency
CFC	Chicken Farmers of Canada
CFO	Chicken Farmers of Ontario
COP	Cost of Production
CPEPC	Canadian Poultry & Egg Processors Council
CTMA	Canadian Turkey Marketing Agency
DFAIT	Department of Foreign Affairs and International Trade
FPA	Federal Provincial Agreement
FPPAC	Further Poultry Processors Association of Canada
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
ICL	Import Control List
MOU	Memorandum of Understanding
NAASA	National Association of Agri-Food Supervisory Agencies
NFPC	National Farm Products Council
NWT	Northwest Territories
PSC	Public Service Commission
TCI	Team Canada Inc.
WTO	World Trade Organisation



CONSEIL
NATIONAL
DES PRODUITS
AGRICOLES

REVUE ANNUELLE 2000

Canada

MISSION :

Veiller à ce que le régime national de commercialisation méthodique préserve l'équilibre entre les intérêts de tous les intervenants, depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs.

MANDAT :

Conseiller le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire sur toute question concernant les offices établis en application de la Loi, tout en préservant et stimulant l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole.

Contrôler les activités des offices de commercialisation pour veiller à ce qu'ils accomplissent les objectifs énoncés dans la Loi.

Travailler avec les offices à promouvoir une commercialisation plus efficace des produits agricoles sur le marché interprovincial et le marché d'exportation.

Travailler avec les offices de promotion et de recherche pour faire de la recherche sur la production primaire et pour promouvoir les produits agricoles réglementés.

Pour plus de précisions concernant la place du Conseil dans le portefeuille et les lois qui le régissent, veuillez consulter le site web du Conseil **www.nfpc-cnpa-gc.ca** ou composer le (613) 995-6752.

LETTRE AU MINISTRE

L'honorable Lyle Vanclief, C.P., député
Ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire
Ottawa (Ontario)

MONSIEUR LE MINISTRE,

L'exercice qui vient de prendre fin a été rempli d'événements excitants et a donné de nombreuses occasions de continuer à faire ce qu'un organisme du gouvernement fédéral doit toujours accomplir et ce que nous croyons accomplir de notre mieux — la prestation de services aux Canadiens et d'une valeur ajoutée aux industries avec lesquelles nous travaillons.

Nous nous sommes engagés à élaborer une vision stratégique favorisant le progrès. Nous avons atteint ce but. La Vision stratégique 2000-2003 jalonne la voie que nous suivrons au cours des prochaines années.

Nous avons incité les industries de la volaille et des oeufs à trouver par elles-mêmes des solutions aux problèmes qui les perturbent depuis longtemps. Elles ont atteint ce but. Nous avons assumé un rôle d'appui pour les aider, prenant néanmoins les dures décisions qui les ont gardées sur la bonne voie.

En 2000, nous avons repoussé nos horizons par des audiences publiques sur le bien-fondé de la création du tout premier office canadien de promotion et de recherche, celui des bovins de boucherie. À la fin de l'année, nous vous recommandions de créer cet office.

Voici donc notre Revue annuelle pour l'an 2000, dans laquelle nous récapitulons les événements cruciaux pour nous et pour ceux avec lesquels nous avons travaillé.

Je vous prie, Monsieur le ministre, d'agréer mes salutations distinguées.

La présidente,

Cynthia Currie

Édifice Canada, 10e étage,
344, rue Slater
Ottawa (Ontario)
K1R 7Y3
Téléphone : (613) 995-6752
Télécopieur : (613) 995-2097
Site web : http://www.nfpc-cnpa.gc.ca
Courrier électronique : nfpcweb@em.agr.ca

© Ministre des Travaux publics et des
Services gourvernementaux Canada, 2001

Numéro de catalogue A99-2/2000
ISBN 0-662-65524-9

Conseil national des produits agricoles
National Farm Products Council

Canada

TABLE DES MATIÈRES

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE 3

LES MEMBRES DU CONSEIL 7

REVUE DES ACTIVITÉS DES RÉGIMES DE COMMERCIALISATION MÉTHODIQUE

- Collaboration avec l'industrie 10
  - Progrès vers le renouvellement des Accords fédéraux-provinciaux 11
  - Dindon 12
  - Oeufs 13
  - Poulet 14
  - Oeufs d'incubation de poulets à chair 15
  - Autres parties de l'industrie 17
- Collaboration avec les provinces et territoires 18
- Règlement d'une plainte déposée pour les oeufs 19

PROMOTION DE LA VIGUEUR DES INDUSTRIES

- Recommandation d'un nouvel office proposé pour les bovins 22
- Développements sur la scène internationale 24
- Pilotage des groupes responsables de denrées utilisant la LCPA 26

AMÉLIORATION DU FONCTIONNEMENT DU CONSEIL

- Vision et planification 28
- Intégration de nos efforts à ceux de nos partenaires fédéraux 29
- Explication de notre rôle 31
- Fonctionnement plus efficace 33

GLOSSAIRE D'ACRONYMES 34

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE

L'an 2000 a été marqué par un niveau élevé d'activités dans toutes les fonctions que remplit le Conseil national des produits agricoles.

Ces activités ont résulté en une considérable tâche de travail pour les membres et le personnel du Conseil, pour les offices canadiens de la volaille et des oeufs, avec lesquels nous travaillons depuis longtemps, et pour l'industrie des bovins, un nouveau partenaire du CNPA.

RÔLE DU CNPA :
Revue des activités prescrites par la Loi

En plus du mandat que lui prescrit la *Loi sur les offices des produits agricoles*, le CNPA administre la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles*.

La Loi sur les offices des produits agricoles énonce les pouvoirs que peut se faire octroyer un secteur agricole en vue de créer un office canadien de commercialisation méthodique ou un office canadien de promotion et de recherche.

En outre, cette loi confie au CNPA la supervision de ces offices et de leur fonctionnement.

En 2000, le CNPA a assumé un rôle très actif pour améliorer l'efficacité et l'efficience des quatre régimes de commercialisation méthodique dans les industries de la volaille et des oeufs. Vous pourrez constater plus loin dans la présente revue comment nous avons collaboré avec ces industries, les offices canadiens qui les régissent et les autres intervenants de ces régimes, comme les gouvernements provinciaux et territoriaux, les transformateurs et les utilisateurs en aval. Vous verrez aussi quelles questions particulières nous avons dû résoudre en 2000, par exemple la tenue d'une audience pour entendre la plainte sur les oeufs et les efforts consentis aux fins de renouvellement des accords fédéraux-provinciaux régissant les quatre offices canadiens de commercialisation.

En 2000, nous avons reçu avec enthousiasme une proposition visant à créer le tout premier office canadien de recherche et de promotion, ce nouveau type d'office étant maintenant permis par la Loi. La proposition était déposée par l'industrie des bovins et pilotée par l'Association canadienne des éleveurs de bovins (ACEB) qui a vu à préparer, présenter et guider le dossier tout au long des processus d'évaluation et d'approbation. Plus loin, le présent document explique quel travail d'enquête a effectué le CNPA concernant le bien-fondé

de la création de cet office, y compris la tenue d'audiences publiques et la préparation d'un rapport et de recommandations au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire.

La Loi sur les offices des produits agricoles permet au gouvernement fédéral d'octroyer à un groupe responsable d'une denrée l'autorité d'exercer hors des frontières provinciales ou nationales les mêmes pouvoirs de commercialisation que ce groupe est autorisé par un gouvernement provincial à exercer pour ce produit *au sein* de la province.

La présente Revue annuelle décrit le travail accompli par le CNPA de concert avec de nombreux groupes responsables de denrées dans les diverses régions du Canada. Elle décrit comment nous nous sommes appliqués à simplifier le processus et à améliorer la façon dont nous guidons les groupes responsables de produits agricoles tout au long de ce processus.

RÔLE DU CNPA :
Renforcement des industries

Pour accomplir son mandat de veiller au bon fonctionnement des industries conformément aux outils législatifs et aux pouvoirs délégués, le CNPA a assumé le rôle de promouvoir la vigueur des industries avec lesquelles il travaille.

La présente Revue décrit ce que nous avons fait pour centrer l'attention sur les meilleures pratiques, comme les utiles calculs du coût de production, afin de sensibiliser davantage aux tendances mondiales et de susciter un plus grand intérêt envers les possibilités d'exportation.

En 2000, le CNPA a fait le suivi de la Mission de sensibilisation à l'exportation de viande de volaille en Asie, qui a eu lieu à l'automne 1999. La présente Revue décrit le Groupe de travail sur l'exportation de viande de volaille, constitué à l'instigation du CNPA, le travail conjoint effectué avec les autres organismes membres d'Équipe Canada inc., les plans visant à accroître les activités et les missions d'exportation en 2001, les séances d'information destinées aux industries de la volaille et des oeufs concernant les incidences des négociations et décisions de l'OMC, et la façon dont le CNPA a veillé à rester au courant des plus récents développements internationaux par la participation à des conférences internationales.

RÔLE DU CNPA :
Une meilleure façon de remplir notre rôle

Le contexte dans lequel fonctionnent les quatre régimes nationaux a considérablement changé. Au cours des dernières années, les offices ont délaissé la conventionnelle « gestion de l'offre » pratiquée dans le contexte

de l'ancien régime international du GATT pour adopter la « commercialisation méthodique » plus conforme au contexte international de libre-échange et au régime de l'OMC.

De nombreux changements se sont produits dans les quatre régimes nationaux et les offices qui les régissent. Au cours des dernières années, ils ont délaissé leur étroite concentration sur le mode de production au sein du Canada et ont axé davantage leur approche sur les besoins du marché des consommateurs et des autres utilisateurs, tant au pays qu'à l'étranger.

Parallèlement, le CNPA a beaucoup évolué. Nous pouvons compter sur de nouveaux membres du Conseil, entreprenons de nouvelles initiatives, réalisons de nouveaux projets, travaillons avec de nouveaux partenaires de l'industrie et utilisons de nouveaux outils législatifs. Ces dernières années, nous nous sommes détachés d'une fonction axée sur la seule supervision afin de jouer un rôle plus proactif et prospectif.

La présente Revue décrit les façons dont nous avons amélioré en l'an 2000 notre capacité d'assumer ce rôle proactif et prospectif.

Elle décrit notre longue et profonde réflexion, qui a débouché sur l'énoncé de notre Vision stratégique pour 2000-2003. Ce document a été créé de concert avec nos principaux partenaires du secteur et des industries et a reçu une large diffusion.

Lors du processus menant à la Vision stratégique, nous avons examiné soigneusement comment nous pourrions améliorer notre travail actuel. Comment rationaliser les procédures qu'utilisent les industries de la volaille et des oeufs pour nous présenter les documents à examiner? Comment rationaliser les processus qu'utilisent les secteurs agricoles pour nous présenter les documents à traiter dans le cadre de la LCPA? Comment mieux coordonner avec nos partenaires des gouvernements fédéral et provinciaux la prestation des services que nous rendons aux industries agricoles? Comment faire accepter plus efficacement aux industries les outils et les approches qui peuvent leur être utiles? Comment mieux expliquer la façon dont fonctionnent ces outils et le rôle du CNPA au moyen de nos activités de diffusion, de notre site web et des exposés que nous présentons?

RÔLE DU CNPA :
Fierté de procurer une valeur

Les neuf membres du Conseil national des produits agricoles apportent une large gamme d'antécédents et représentent les diverses régions du pays. Nous disposons d'un vaste éventail de compétences et d'une importante capacité de réflexion pour les décisions que nous prenons, tout en continuant à apprendre dans toute la mesure du possible, de sorte que nos décisions soient fondées sur la réalité. Nous nous rencontrons sur une base régulière — treize

fois en 2000 — et nous ne sommes pas confinés à la salle de conférence. Parmi ces treize réunions, sept ont été tenues par téléconférence. À l'occasion de leur réunion de septembre, les membres du Conseil ont visité des bureaux et/ou installations : Vanderpol Eggs, à Abbotsford; le Centre de recherche agricole du Pacifique, à Agassiz; le surtransformateur de poulet Hampton House, à Langley (un important fournisseur pour les chaînes d'alimentation); et les membres et le personnel de la Commission de commercialisation de la C.-B. (BC Marketing Board; l'homologue provincial du CNPA).

Tout au long de l'année, nous nous sommes appliqués à jouer un rôle vraiment utile : utile aux régimes de commercialisation méthodique; utile aux industries avec lesquelles nous travaillons; utile aux autres intervenants du gouvernement à titre de solide partenaire pour des politiques et des projets conjoints; utile au ministre qui peut bénéficier de nos compétences et de nos conseils...

...et, tout aussi important, utile à l'économie canadienne et aux Canadiens.

Je crois que le Conseil national des produits agricoles a réussi à apporter une grande valeur, une grande utilité pour l'immédiat et pour les années à venir à toutes les industries de produits agricoles avec lesquelles il a travaillé en l'an 2000.

LES MEMBRES DU CONSEIL

Les membres sont nommés par décret, (c'est-à-dire recommandés par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire et nommés par le premier ministre). Les membres sont choisis de sorte que, collectivement, ils apportent les connaissances et les perspectives globales du secteur de la volaille et des oeufs, tant pour les divers segments de l'industrie agroalimentaire que pour les diverses régions du pays.

Cynthia Currie, présidente
Mandat : mars 1997 – mai 2002
Cynthia Currie est née à Georgetown, en Guyane. Avant sa nomination au poste de présidente du Conseil, elle était directrice générale de l'Office canadien de commercialisation du poulet (maintenant appelé Producteurs de poulet du Canada). Elle a également été membre du Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire et du Groupe de consultation sectorielle sur le commerce extérieur – produits agroalimentaires et boissons.

Ron O'Connor, vice-président
Mandat : janvier 1998 – janvier 2004
Ron O'Connor est originaire de Shelburne (Ontario). Il est le propriétaire exploitant de Irm-Ron Farms Ltd. Il est un ancien membre du Conseil d'administration des Producteurs de poulets de l'Ontario, dont il a été le président en 1996-1997.

Lorraine Arnett, membre
Mandat : octobre 1999 – octobre 2001
Lorraine Arnett vient de Durham (Ontario). Avec ses partenaires familiaux, elle possède et exploite une petite ferme de polyculture comprenant un poulailler de poulet à griller d'une superficie de 10 000 pieds carrés. Elle est contrôleure de la Bert Fisher Farms Ltd., de Fisher Feeds Ltd. et de sociétés affiliées à Listowel (Ontario).

Anne Chong Hill, membre
Mandat : juin 1998 – juin 2001
Anne Chong Hill est présidente de la Global Commerce Development Inc., une société dont les actions sont cotées en bourse et qui chapeaute les filiales alimentaires Global Gourmet Foods Inc. en Colombie-Britannique et Premier Meats International Inc. en Alberta. En plus de promouvoir avec dynamisme l'industrie agroalimentaire canadienne et ses exportations, Mme Hill est membre du Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire.

Raymond Cloutier, membre
Mandat : juin 1998 – juin 2001
Originaire de Ste-Foy (Québec), Raymond Cloutier a été pendant de nombreuses années directeur de la politique commerciale au ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec. En 1997, il a été décoré à titre de *Commandeur de l'Ordre du mérite agricole*, avec mention *Très grand mérite spécial.*

David Coburn, membre
Mandat : janvier 1998 – janvier 2001
David Coburn est originaire et résident de Keswick (Nouveau-Brunswick). Il est directeur de W.B. Coburn & Sons, une exploitation agricole familiale qui en est à sa sixième génération. Ancien président de la Fédération de l'agriculture du Nouveau-Brunswick, il a été lauréat du prix *«Outstanding Young Farmers of Atlantic Canada »* en 1995 et a été nommé agrégé honoraire du Nova Scotia Agricultural College en 1999.

John A. (Sandy) McCurrach, membre
Mandat : juin 1998 – juin 2001
Sandy McCurrach, de Kamloops (Colombie-Britannique), est propriétaire et président de Purity Feed Co. Ltd., et propriétaire et directeur de Jamieson Creek Ranch. C'est un ancien producteur de dindon et un ancien membre exécutif de diverses organisations du secteur agroalimentaire.

Paul Ouellette, membre
Mandat : janvier 1997 – janvier 2001
Originaire de Marieville (Québec), Paul Ouellette a été fondateur et associé de plusieurs entreprises de distribution de la volaille. Il est ancien président du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles, ainsi que de l'Association des abattoirs avicoles du Québec dont il a longtemps siégé au conseil d'administration.

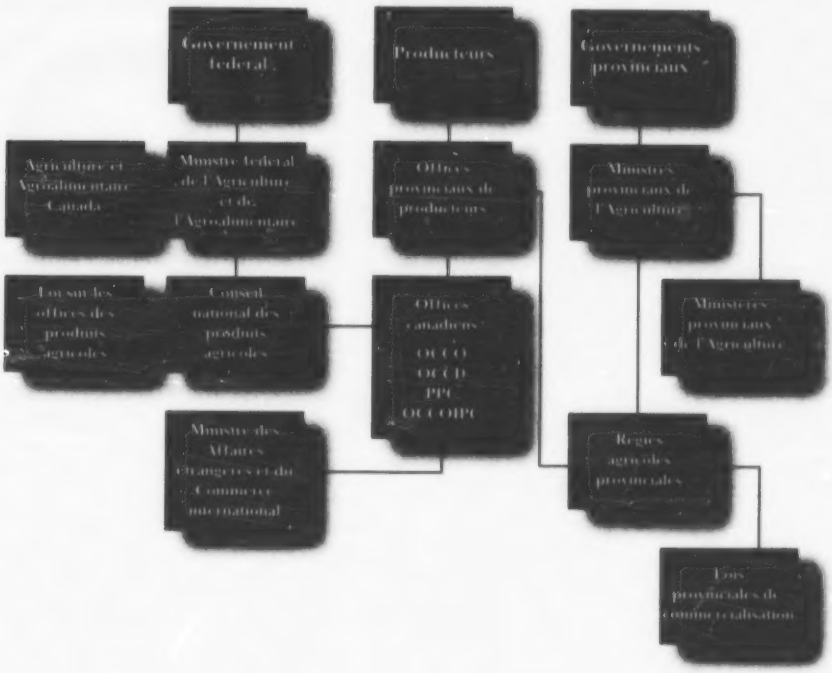
Michel Veillette, membre
Mandat : janvier 1997 – janvier 2003
Né à St-Maurice (Québec), Michel Veillette est président du Conseil de l'industrie laitière du Québec et aussi directeur national de la Crèmerie des Trois-Rivières limitée. Il a été député fédéral de mai 1979 à septembre 1984 et a occupé le poste de secrétaire parlementaire du ministre de la Consommation et des Affaires commerciales.

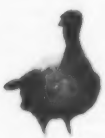
Revue des activités des régimes de commercialisation méthodique

COLLABORATION AVEC L'INDUSTRIE

Le CNPA examine le fonctionnement des offices canadiens de commercialisation méthodique établis pour le dindon, les oeufs, le poulet et les oeufs d'incubation de poulet à chair.

Voici un diagramme du système :





Alors, comment le CNPA accomplit-il ses fonctions?

Essentiellement, le CNPA examine les règlements sur le contingentement et les ordonnances sur les redevances à payer de chaque office canadien et décide d'autoriser ou non l'office à les mettre en oeuvre dans le régime. Ces textes réglementaires constituent le fondement juridique sur lequel repose le fonctionnement des régimes nationaux.

En 2000, le CNPA a évalué de nombreux règlements et ordonnances proposés par les quatre offices, et en a approuvé 26. À l'occasion, le CNPA a renvoyé le texte proposé à l'office concerné afin qu'il le modifie ou y apporte des précisions supplémentaires.

2000 : Règlements et ordonnances

	Contingent	Redevances	Autre
PPC	6	3	X
OCCCO	2	3	X
OCCD	3	2	X
OCCOIPC	4	2	1

Un autre volet du travail du CNPA relativement aux quatre offices est de déterminer quelles modifications il faut apporter à leurs Accords fédéraux-Provinciaux, proclamation et plan de commercialisation respectifs. En 2000, le CNPA a abondamment encouragé et conseillé les offices dans la poursuite du travail de renouvellement de leur AFP.

Au-delà de ses fonctions de nature juridique, le CNPA a aussi contribué à renforcer les quatre industries, tant dans l'immédiat que dans un futur plus lointain. Ce point est expliqué plus précisément à la section *Promotion de la vigueur des industries.*

Progrès vers le renouvellement des Accords fédéraux-provinciaux

Entre autres, les quatre offices de commercialisation méthodique ont travaillé au renouvellement de leur accord fédéral-provincial respectif. Avec le plan de commercialisation qui lui est annexé et l'entente opérationnelle, l'AFP renouvelé constitue le document qui rassemble les diverses parties du régime national de commercialisation méthodique et le fondement de ses activités.

Les régimes, les industries et les marchés des quatre produits agricoles ont considérablement changé au cours des dernières années. Il est donc normal que leur AFP respectif évolue en conséquence. En 1998, les ministres de l'agriculture ont confié aux quatre industries le mandat de renouveler leur AFP.

Chaque AFP doit être entériné par 19 signataires ou plus : les ministres, les régies agricoles provinciales et, selon le cas, les offices provinciaux ou territoriaux de commercialisation.

De graves différends dans l'industrie du poulet ont entravé les progrès vers la signature d'un accord renouvelé. Malgré cela, à la fin de 2000, l'AFP du poulet était le plus avancé des quatre. Les Producteurs de poulet du Canada ont élaboré leur ébauche, avec un solide appui du CNPA qui les a conseillés en matière de présentation, leur a fourni de la rétroaction de nature juridique et autre, et a veillé à informer des progrès les régies agricoles provinciales et les gouvernements provinciaux.

À la fin de 2000, l'industrie des oeufs avait réglé certains de ses graves différends et pouvait donc consacrer son attention au renouvellement de son AFP en 2001.

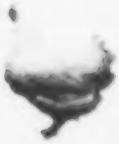
Les industries du dindon et des oeufs d'incubation de poulet à chair ont entamé le travail préliminaire de renouvellement de leur AFP en 2000, tenant

des réunions de leur Groupe de travail en mars. Le Groupe de travail de l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair s'est réuni le 23 mars, et un représentant du CNPA a assisté à la réunion. La présidente du CNPA, Cynthia Currie, et un autre représentant de l'ANRA ont assisté à la réunion de l'Office canadien de commercialisation du dindon le 31 mars.

Tout au long de 2000, ces deux offices ont suivi de près le processus de renouvellement de l'AFP du poulet, qui leur a servi de modèle. À la fin de 2000, comme le renouvellement de l'AFP du poulet arrivait à ses dernières étapes, l'OCCD et l'OCCOIPC ont déclaré qu'eux aussi procéderaient au renouvellement de leur propre AFP en 2001.

Dindon

L'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) a été créé en 1973 pour gérer l'offre de dindon au Canada. Son Conseil d'administration comprend huit membres provinciaux représentant les producteurs, deux membres représentant les transformateurs de premier cycle et un membre représentant les transformateurs de deuxième cycle (ou surtransformateurs).



Le travail qu'effectue le Conseil relativement aux quatre offices canadiens de commercialisation méthodique est fondamentalement d'examiner leurs règlements sur le contingentement et leurs ordonnances sur les redevances à payer.

En 2000, les membres du Conseil ont évalué et approuvé trois règlements sur le contingentement et deux ordonnances sur les redevances à payer reliés au régime de dindon.

Outre l'approbation des règlements et ordonnances, les membres et le personnel du Conseil entretiennent des contacts sur une base régulière avec l'OCCD tout au long de l'année.

Nos représentants ont assisté aux réunions de l'OCCD de mars, juin, septembre et novembre, au cours desquelles ils ont donné des mises à jour concernant les activités du CNPA. Durant ces réunions, nous avons entendu les plus récents développements concernant les projets de l'OCCD, par exemple la réalisation de l'étude comparative et les résultats de la campagne de commercialisation *Les mardis dindon* qu'ont parrainée les producteurs et les transformateurs.

Le CNPA a été spécialement intéressé par la différence qu'a apportée la nouvelle méthode de répartition du contingent de l'OCCD et qui vise à satisfaire avec une plus grande souplesse les besoins des deux types de marché de la viande de dindon au Canada.

Pour sa part, l'OCCD a assisté aux réunions du Conseil en juin et en décembre. En décembre, l'OCCD a passé en revue ses activités et les questions marquantes en 2000, a présenté aux membres du Conseil sa stratégie d'action et son budget pour 2001, et exposé les projets contemplés pour la nouvelle année.

À la fin de 2000, nous comptions commencer en étroite collaboration avec l'OCCD le travail de renouvellement de son Accord fédéral-provincial. Le Comité technique de l'OCCD, qui fait partie du Groupe de travail sur le

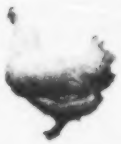
renouvellement de l'AFP, devait entamer l'ébauche dans la nouvelle année et nous nous apprêtions à travailler avec lui.

Oeufs

L'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) gère l'offre d'oeufs au Canada depuis sa création en 1972. Son Conseil d'administration comprend les représentants des offices de commercialisation des dix provinces signataires et des Territoires du Nord-Ouest (T.N.-O.), trois représentants du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV) et un représentant de l'Association des consommateurs du Canada.

L'industrie des oeufs a continué à éprouver des problèmes de répartition de son contingent en 2000, mais à la fin de l'année le CNPA était satisfait des progrès réalisés par l'industrie vers la résolution de ces problèmes, compte tenu des progrès supplémentaires attendus en 2001.

L'industrie nationale des oeufs ne pouvait pas s'entendre sur la répartition de son contingent. Ce problème durait depuis longtemps. Au début de 2000, le CNPA a convenu d'une prorogation spéciale du Règlement sur le contingentement de l'OCCO jusqu'à la fin de février 2000, conservant ainsi les mêmes niveaux qu'en 1999, afin de donner à l'OCCO plus de temps pour négocier une entente concernant la production de 2000.



La conclusion d'une entente a été ardue.

L'OCCO a demandé au CNPA d'approuver au préalable son Règlement en février et mars. Le Conseil ne s'est pas prononcé sur ce Règlement mais a plutôt demandé à l'OCCO des renseignements supplémentaires à l'appui.

Le 24 mars, les signataires de l'Accord fédéral-provincial des oeufs représentant le Manitoba et la Saskatchewan ont déposé une plainte officielle auprès du CNPA. Comme on le décrit plus loin dans la présente Revue, le CNPA a tenu des audiences, entendu l'argumentation des parties et rendu sa décision concernant la plainte. Le Conseil a approuvé le Règlement sur le contingentement de l'OCCO afin de préserver le fonctionnement du régime des oeufs et de donner à l'industrie l'occasion d'élaborer une méthode acceptable de répartition.

Le membre du Conseil et membre du Comité d'audience de la plainte sur les oeufs, Raymond Cloutier :

« Les producteurs d'oeufs ont prouvé une fois de plus que la recherche de solutions gagnant/gagnant est la voie assurée pour déboucher sur des ententes durables entre les provinces. »

Comme on le décrit plus loin dans la présente Revue, l'OCCO n'a épargné aucun effort pour trouver une solution qui serait acceptable à ses membres et pourrait servir de point de départ pour le travail de renouvellement de son AFP en 2001. Le CNPA a approuvé le Règlement sur le contingentement de l'OCCO pour 2001 vers la fin de l'an 2000, faisant toutefois remarquer que la solution devrait réellement être enchâssée dans un nouvel AFP négocié en 2001 et entériné par tous les signataires.

L'OCCO a aussi entrepris en 2000 la mise à jour de sa formule de coût de production (CDP). Le CNPA a encouragé le travail sur le CDP et a produit ses Lignes directrices sur le coût de production, qui sont destinées aux offices canadiens. En 2000, nous avons incité l'industrie des oeufs à élaborer une formule de CDP défendable. À la fin de 2000, le Conseil attendait les résultats de ce travail.

Poulet

L'office maintenant appelé Producteurs de poulet du Canada (PPC) a été créé en 1978 pour gérer l'offre de poulet au Canada. Son conseil d'administration formé de 14 membres compte des agriculteurs nommés chaque année par les offices provinciaux de commercialisation signataires de l'Accord fédéral-provincial (AFP) qui a servi à créer les PPC. Les administrateurs non agriculteurs (un pour l'industrie de la restauration, un pour l'industrie de la surtransformation, deux pour l'industrie de la transformation) sont nommés pour un mandat de deux ans par leur association nationale respective.

En l'an 2000, le CNPA a approuvé six règlements sur la commercialisation et trois ordonnances sur les redevances à payer pour le poulet.

Trois autres grands dossiers ont retenu l'attention du CNPA en 2000 :

1 le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial (AFP) par l'industrie,

2 le retrait de l'Alberta, qui a cessé d'être signataire de l'AFP du poulet à compter du 31 décembre 2000, et les discussions connexes tenues entre d'une part les Producteurs de poulet du Canada et d'autre part l'Alberta et la C.-B.,

3 les importations de poulet, l'approvisionnement intérieur et la politique gouvernementale concernant les contrôles à l'importation.

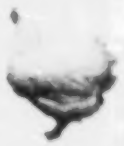
À la fin de 2000, le renouvellement de l'AFP du poulet était plus avancé que pour les oeufs, le dindon ou les oeufs d'incubation de poulets à chair. Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont convenu de signer l'ébauche d'un nouvel AFP et ont ensuite demandé l'approbation du conseiller juridique fédéral ainsi que des signataires provinciaux. Les PPC s'attendaient à obtenir l'aval de toutes les parties concernées au premier semestre de 2001.

Tout au long de l'an 2000, le CNPA a travaillé intensivement avec les Producteurs de poulet du Canada à l'ébauche de son Accord fédéral-provincial (AFP) par la prestation de connaissances spécialisées, d'appui

en matière de rédaction et de conseils juridiques. Le CNPA a aussi veillé constamment à ce que les régies agricoles provinciales soient informées des progrès réalisés dans la préparation de l'ébauche. Tout au long de l'année, le CNPA a tenu des consultations avec les PPC et obtenu des mises à jour sur une base régulière concernant l'avancement des travaux.

L'Alberta avait signifié dès le début de l'an 2000 son intention de se retirer de l'AFP du poulet à compter du 31 décembre 2000. Cette décision résultait à la fois de l'incertitude que la C.-B. continue son adhésion au régime national de commercialisation du poulet, ainsi que du règlement d'un différend entre les producteurs et les transformateurs de la C.-B. et d'une décision de la Cour suprême de cette province. L'Alberta avait le droit d'annuler son avis de retrait jusqu'à la fin de février. Mais elle ne l'a pas fait. À la fin de 2000, le CNPA entretenait encore des discussions avec les PPC concernant le retrait de l'Alberta et les efforts engagés par cet office pour négocier des contrats de service avec l'Alberta et la C.-B.

Toujours en l'an 2000, le personnel du CNPA a fait partie d'une équipe qui a conseillé le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international concernant l'élaboration d'un programme d'approvisionnement intérieur visant à satisfaire les besoins de l'industrie de la transformation de produits du poulet non inscrits sur la liste de marchandises d'importation contrôlée (LMIC). Selon la politique fédérale de contrôles à l'importation, seulement une quantité limitée de poulet est admissible au pays en vertu d'un tarif inférieur.



Les PPC entendaient satisfaire cette demande d'approvisionnement au moyen de poulet produit au pays, déplaçant ainsi les importations. Les ministres de l'Agriculture et Agroalimentaire ainsi que des Affaires étrangères ont accueilli favorablement cette proposition. Ils ont incité les PPC à collaborer avec l'industrie à la mise au point d'un programme d'approvisionnement intérieur. Les PPC ont confié ce travail à leur Comité de développement des marchés. Le ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire a demandé au CNPA de siéger à titre d'observateur à ce Comité, d'en suivre les progrès et de lui présenter un compte rendu sur une base régulière. À la fin de 2000, le Comité avait réalisé d'importants progrès et les PPC croyaient être capables de mettre en place un nouveau programme au milieu de 2001.

Le CNPA a aussi collaboré avec l'industrie du poulet à des projets comme le Groupe de travail sur l'exportation de viande de volaille, qui est décrit plus loin dans la présente Revue.

Oeufs d'incubation de poulet à chair

Créé en 1986, l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC) gère l'offre d'oeufs d'incubation de poulet à chair au Canada. Les sept membres du Conseil d'administration comprennent des représentants des cinq offices provinciaux de commercialisation (Québec, Ontario, Manitoba, Alberta et C.-B.) ainsi que deux représentants nommés par décret (postes vacants depuis 1996 et 1998 respectivement).

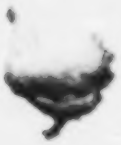
L'industrie des oeufs d'incubation de poulet à chair a débuté l'année 2000 sans avoir de règlement sur le contingentement, d'ordonnance sur les redevances à payer ou de règlement sur la commercialisation (méthodique).

À la fin de l'an 2000, l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair avait préparé et fait accepter au préalable par le CNPA quatre règlements sur le contingentement, deux ordonnances sur les redevances à payer et un règlement sur la commercialisation (méthodique).

L'industrie ne pouvait pas s'entendre sur la façon d'intégrer les importations dans le processus de répartition du contingent national de production entre les provinces membres sans dépasser ce contingent. C'était un problème épineux. Sans entente, il était impossible d'établir ordonnances et règlements, impossible de les présenter au CNPA et impossible de les mettre en vigueur.

Le CNPA était bien au courant de l'importance d'établir les ordonnances et règlements dans un régime national de commercialisation méthodique pour les oeufs d'incubation de poulet à chair, mais savait que la solution au problème devait venir de l'industrie elle-même.

Pour leur part, les membres de l'industrie aussi connaissaient l'importance de trouver une solution, mais ils avaient été incapables d'y arriver tout au long de 1999.



Le CNPA s'était appliqué durant toute l'année 1999 à aider l'OCCOIPC dans sa recherche d'une solution. Le CNPA avait tenu une audience pour régler une plainte concernant la méthode utilisée et avait préparé un rapport pour exposer ses constatations. Il avait incité l'OCCOIPC à adopter la recommandation contenue dans son rapport et à avoir recours à une médiation professionnelle, ce qu'avait fait l'OCCOIPC; la médiation s'est poursuivie tout au long de l'automne 1999. Le CNPA avait encouragé et facilité les réunions et les discussions. Néanmoins, à la fin de 1999, l'industrie n'avait pas encore trouvé de solution.

Mais l'industrie a conservé sa cohésion en 2000. Sachant le rôle crucial d'un régime national de commercialisation méthodique, l'industrie ne voulait pas l'abandonner. De son côté, le CNPA a poursuivi ses efforts sans relâche et a constamment incité l'industrie à travailler à la sauvegarde du régime.

Ces efforts ont enfin porté fruit le 14 janvier 2000. Le conseil d'administration de l'OCCOIPC a informé le Conseil de l'imminence d'une entente sur l'intégration des importations dans la répartition de son contingent.

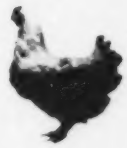
À leur réunion de février, les membres du Conseil ont approuvé au préalable le Règlement sur le contingent préliminaire de l'OCCOIPC pour l'an 2000 et l'Ordonnance sur les redevances à payer pour l'an 2000, tout en rappelant à l'OCCOIPC qu'il devait modifier son Plan de commercialisation pour l'harmoniser à la nouvelle méthode de répartition. D'autres textes réglementaires ont suivi, établissant pour l'an 2000 le Règlement sur le contingentement définitif ainsi que pour l'an 2001 le Règlement sur le contingentement préliminaire et l'Ordonnance sur les redevances à payer.

L'OCCOIPC a été capable d'accomplir d'autres fonctions, comme les modifications du Règlement canadien sur la commercialisation des oeufs d'incubation de poulet de chair et de poussins en vue de les faire approuver au préalable par le CNPA. Une modification visait à permettre que les oeufs d'incubation de poulet à chair soient vendus du Nouveau-Brunswick (qui ne fait pas partie du régime national de commercialisation méthodique d'oeufs

d'incubation de poulet à chair) au Québec (qui en fait partie) en vertu d'un contrat spécial. Une autre modification consistait à supprimer les dates d'expiration de ses textes réglementaires afin qu'ils restent indéfiniment en vigueur jusqu'à modification, sans intervention annuelle de renouvellement auprès du CNPA.

Une autre fonction à laquelle pouvait alors s'appliquer l'OCCOIPC était le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation des oeufs d'incubation de poulets à chair. En mars 2000, l'OCCOIPC a convoqué une réunion de son groupe de travail sur le renouvellement de son Accord fédéral-provincial, à laquelle a assisté un représentant du CNPA. L'OCCOIPC a alors décidé de faire le suivi des progrès réalisés pour le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial sur la commercialisation du poulet. À la fin de l'an 2000, voyant que cet AFP était pratiquement conclu, l'OCCOIPC a fait savoir au CNPA qu'il était prêt à procéder au renouvellement de son Accord fédéral-provincial sur la commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair en 2001.

Autres parties de l'industrie



Le CNPA entretient des contacts sur une base régulière avec les autres organismes de l'industrie de la volaille et des oeufs.

Les membres du Conseil ont invité les représentants du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV) et de l'Association canadienne des surtransformateurs de volailles (ACSV) à venir les rencontrer à leur réunion des 2 et 3 février 2000.

En retour, les représentants du CNPA ont assisté aux réunions du CCTOV et de l'ACSV. Les représentants du Conseil ont aussi assisté à l'assemblée générale annuelle spéciale marquant le 50e anniversaire du CCTOC à Ottawa en juin. L'ACSV a invité le directeur exécutif du CNPA à donner à sa réunion de février un exposé sur la Mission de sensibilisation à l'exportation de viande de volaille qu'a pilotée le Conseil en Asie en 1999.

Le CNPA a aussi travaillé de concert avec ces deux organismes à des projets comme le suivi de la Mission de la volaille en Asie, le Groupe de travail sur l'exportation qui en est résulté et l'établissement d'une nouvelle base de données sur la volaille.

Le CNPA entretenait aussi des liens avec d'autres organismes connexes et se tenait au courant de leurs activités. Par exemple, Anne Chong Hill, qui est membre à la fois du CNPA et du Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire (CCCA), a donné des mises à jour sur les développements au CCCA. Les membres du Conseil ont continué à inviter des personnes de diverses parties du secteur agricole à présenter des exposés à leurs réunions, notamment le représentant du Conseil canadien des 4H en décembre.

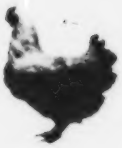
Comme la présidente l'a fait remarquer dans son message, les membres du Conseil ont effectué des visites chez un producteur, un centre de recherche, un surtransformateur et la régie agricole provinciale en Colombie-Britannique lors de la réunion qu'y a tenue le Conseil en septembre.

COLLABORATION AVEC LES PROVINCES ET TERRITOIRES

Le CNPA, comme toujours, est resté en étroit contact avec les intervenants aux niveaux provincial et territorial, tant pour échanger des idées que pour les consulter relativement à des questions particulières de fonctionnement des régimes de commercialisation méthodique.

L'une des méthodes les plus structurées dont le CNPA effectue cette liaison découle de l'adhésion à l'Association nationale des régies agroalimentaires. L'ANRA relie le CNPA, qui est de niveau fédéral, à ses homologues provinciaux et territoriaux.

Consultation et échange d'information
Les réunions de l'ANRA ont constitué un bon mécanisme pour aider les représentants des gouvernements à s'informer mutuellement des prochains développements, à comprendre l'atmosphère dans les diverses régions quand se produisaient des différends au sein du régime de commercialisation méthodique ou à obtenir de la rétroaction concernant des éléments comme la vision stratégique du CNPA pour 2000-2003.



Le CNPA a participé aux nombreuses réunions de l'ANRA : par téléconférence en janvier, avril, mai (deux fois), juin, octobre et décembre; en personne à Ottawa en mars et septembre (avant la réunion de l'ANRA avec les Producteurs de poulet du Canada concernant l'ébauche de l'AFP du poulet).

AFP
Le renouvellement de l'accord fédéral provincial de chacun des offices canadiens a constitué la question clé sur laquelle se sont penchés les membres de l'ANRA en 2000.

Comme on l'a mentionné auparavant, les Producteurs de poulet du Canada se sont appliqués à réaliser le renouvellement de leur AFP, ce qui constituait l'un des éléments cruciaux envers lesquels se sont engagés le CNPA et ses homologues de l'ANRA. Le CNPA a étroitement collaboré avec les PPC pour élaborer l'ébauche. Le CNPA a suivi de très près la façon dont les régies agricoles provinciales et les gouvernements étaient informés, et il a mené plusieurs discussions de l'ANRA concernant l'AFP du poulet.

Le CNPA a en outre été en mesure de tenir à jour les autres membres de l'ANRA au sujet du travail effectué par les trois autres offices canadiens de commercialisation méthodique en vue du renouvellement de leur AFP.

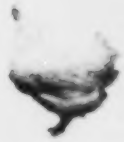
RÈGLEMENT D'UNE PLAINTE DÉPOSÉE POUR LES OEUFS

L'audience
En 2000, le CNPA a tenu une enquête pour régler une plainte déposée contre une décision prise par l'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) concernant la répartition de son contingent.

Le CNPA a reçu la plainte à son bureau le 24 mars. Elle était déposée par les signataires de l'Accord fédéral-provincial provenant du Manitoba et de la Saskatchewan. Les plaignants étaient le ministre de l'agriculture, la régie agricole et l'office provincial de commercialisation des oeufs de chacune de ces provinces. Ils contestaient la décision prise par l'OCCO qui proposait une certaine répartition du contingent entre les provinces et territoires membres.

Sur réception de la plainte, la présidente du CNPA a nommé un Comité de trois membres du Conseil qui, guidé par le vice-président Ron O'Connor, devait entendre la plainte.

Le Comité a tenu des audiences à Ottawa les 3 et 4 mai. Il a entendu les arguments d'ordre économique, stratégique et juridique exprimés par les deux plaignants, par l'OCCO et par d'autres intervenants de l'industrie, qui participent à l'établissement de contingents ou peuvent être touchés.



La membre du Conseil, Lorraine Arnett :

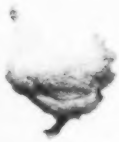
« Étant arrivée au Conseil en 2000 seulement, j'ai été impressionnée par la complexité de l'équilibre entre les intérêts provinciaux et les avantages généraux pour le pays. »

Les constatations
Au terme des audiences, le Comité a rédigé son rapport. Il y présentait ses conclusions après avoir entendu les arguments exprimés, ses observations concernant la marge de manoeuvre dont disposent les offices dans l'application de leurs critères, les limites imposées à cette marge de manoeuvre et sa constatation que les plaignants avaient établi plusieurs points bien appuyés et valides qu'il fallait résoudre pour que le régime de commercialisation méthodique des oeufs conserve sa vigueur dans le futur.

Néanmoins, le Comité a convenu de rejeter la plainte. Le Conseil a ensuite approuvé le Règlement sur le contingentement proposé par l'OCCO. Cependant, lorsqu'il a communiqué son approbation, le CNPA a clairement signifié à l'OCCO et aux membres du régime des oeufs ses graves préoccupations concernant la façon dont l'OCCO appliquait ses critères et la méthode utilisée pour répartir son contingent.

« Je m'attends bien à que le Comité de répartition du contingent de l'OCCO fasse des progrès vers l'élaboration d'une nouvelle méthode de répartition du contingent et d'une structure connexe de prélèvements.... De l'avis du Conseil, il est très important que l'Office mette ces dispositifs en place à temps pour la répartition de son contingent en 2001.... Nous avons exprimé nos préoccupations concernant le travail accompli à ce jour dans le présent dossier et nous nous attendons à des développements positifs. »

Lettre de la présidente du CNPA à l'OCCO le 19 juillet 2000



Les résultats

L'OCCO et l'industrie des oeufs ont pris au sérieux cette question et ont donné au Comité de répartition du contingent le mandat d'élaborer une nouvelle méthode de répartition du contingent, qui serait acceptable à tous les signataires de l'Accord fédéral-provincial.

Une nouvelle méthode a été mise au point et a reçu l'aval du comité d'administration de l'OCCO à l'automne 2000. À la fin de l'an 2000, l'OCCO a présenté aux fins d'approbation préalable au CNPA pour l'année de production 2001 un nouveau Règlement sur le contingentement et une nouvelle Ordonnance sur les redevances à payer, qui étaient élaborés conformément à cette nouvelle méthode.

Le CNPA a approuvé au préalable le Règlement sur le contingentement de l'OCCO pour 2001, compte tenu de l'orientation positive du travail effectué à ce jour.

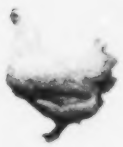
Promotion
de la vigueur
des industries

RECOMMANDATION D'UN NOUVEL OFFICE PROPOSÉ POUR LES BOVINS

Les producteurs de bovins de boucherie s'appliquent depuis de nombreuses années à préparer une proposition visant à créer un office canadien d'un genre nouveau : un office de promotion et de recherche. En janvier 2000, ils ont déposé leur proposition devant le CNPA.

Les producteurs de bovins de boucherie ont terminé leur proposition en 1999, après avoir consulté les divers segments de l'industrie canadienne des bovins de boucherie. L'Association canadienne des éleveurs de bovins (ACEB) a piloté le dossier et s'est prévalue de conseils spécialisés auprès du ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire.

Ce type particulier d'office canadien de promotion et de recherche est prévu à la partie III de la *Loi sur les offices des produits agricoles*. La Loi permet aux offices de ce genre de percevoir un prélèvement sur les ventes d'un produit sur les marchés interprovincial et transfrontalier, ce prélèvement pouvant être obligatoire.



En outre, la Loi nomme le CNPA à titre d'organisme fédéral qui supervise la création et le fonctionnement de tels offices.

Aucun office de ce genre n'avait encore été créé.

Maintenant, les producteurs de bovins de boucherie sont prêts à en créer un.

L'ACEB a présenté une proposition au CNPA au nom de dix autres associations canadiennes de producteurs de bovins de boucherie.

Dès lors, il incombait au CNPA d'examiner la proposition.

La *Loi sur les offices des produits agricoles* établit le processus que doit suivre le CNPA. Le CNPA doit tenir une enquête sur le bien-fondé de la création d'un office de promotion et de recherche, déterminer quels avantages il peut apporter, étudier les incidences négatives qui peuvent en découler, évaluer le soutien au sein de l'industrie elle-même et examiner comment cet office peut fonctionner en pratique. Le CNPA doit tenir au moins une audience publique et faire un appel de mémoires et commentaires.

La présidente du CNPA a nommé trois membres du Conseil, qui ont tenu des audiences publiques sur le bien-fondé de la création d'un office de recherche, de développement des marchés et de promotion. Ces audiences ont eu lieu en mai et juin à Calgary (Alberta), à Etobicoke (Ontario) et à Pointe-Claire (Québec). Le CNPA a reçu et examiné de nombreux commentaires et mémoires. Il a effectué sa propre recherche et sa propre réflexion. Ses constatations sont récapitulées dans un Rapport d'enquête.

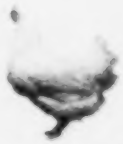
Le Conseil a entériné le Rapport à sa réunion de décembre.

Le membre du Conseil et membre du Comité d'audiences sur les bovins, Sandy McCurrach :

« Une intéressante activité cette année a été la proposition de créer un office des bovins. C'est certainement une excellente initiative. Voilà un pas dans la bonne direction, et il ouvre la voie à d'autres. »

Le Conseil national des produits agricoles a conclu au bien-fondé de la création d'un office canadien. Il a présenté les recommandations suivantes au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire :

- il serait dans l'intérêt public de créer un organisme qui pourrait réunir les fonds nécessaires pour favoriser la recherche, le développement des marchés et la promotion des bovins de boucherie, du boeuf et des produits connexes;
- il existe très clairement un appui majoritaire de l'ensemble des producteurs et des importateurs au Canada;
- un office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion devrait être créé en application de la *Loi sur les offices des produits agricoles*;
- l'office établira son siège social à Calgary (comme l'a proposé l'industrie);
- les pouvoirs de l'office couvrent les ventes de produits sur les marchés interprovincial, d'exportation et d'importation (que l'industrie décide d'exercer ou non ces pouvoirs dans l'immédiat ou le futur);
- l'office comprendra des représentants du Conseil canadien de la viande et de l'Association canadienne des importateurs et des exportateurs, ainsi que des divers offices provinciaux de producteurs;
- le plan de promotion et de recherche contenu dans l'ébauche d'une proclamation devrait être adopté et mis en oeuvre;
- il faudrait étoffer le régime de prélèvements et la façon de l'harmoniser avec les régimes provinciaux existants de prélèvements;
- le régime de prélèvements devrait être introduit graduellement car certaines provinces n'ont pas encore mis en place les dispositions législatives nécessaires pour imposer un prélèvement obligatoire non remboursable sur le commerce intraprovincial;
- les importations ne devraient pas être assujetties à un prélèvement à moins que tout le commerce intérieur y soit assujetti.



À la fin de 2000, le CNPA était prêt à collaborer avec l'industrie à l'élaboration du cadre opérationnel et législatif nécessaire à la réalisation de cet office.

DÉVELOPPEMENTS SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

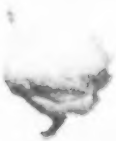
Qui sait percer l'horizon sait profiter des occasions et surmonter les problèmes!

Le CNPA vise à renforcer les industries avec lesquelles il travaille. Il doit donc savoir ce qui se cache derrière l'horizon et qui peut toucher ces industries, puis échanger cette information avec les intéressés. Les membres et le personnel du CNPA ont assisté à des conférences internationales, comme l'Outlook Conference organisée par le ministère américain de l'Agriculture en février 2000 et la réunion du U.S. National Chicken Council à Washington en octobre.

En 2000, ce volet de notre travail a comporté deux grandes activités :

1 le suivi des développements à l'OMC;

2 la sensibilisation accrue et la préparation à l'exportation dans les industries de la volaille et des oeufs.



Nous avons suivi de près les négociations de l'OMC en 2000. Nous avons assisté aux séances d'information des négociateurs canadiens et sommes restés en contact avec l'équipe de l'agriculture, dont le noyau est constitué de la Division de la politique commerciale internationale, Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). Les membres du CNPA ont reçu des mises à jour sur une base régulière concernant les développements.

En outre, nous avons étroitement observé les développements qui ont eu lieu après la décision de l'OMC concernant les politiques canadiennes d'exportation de produits laitiers, particulièrement les incidences possibles sur les régimes et programmes de commercialisation méthodique dans les secteurs de la volaille et des oeufs. Nous avons discuté de la mise en oeuvre de cette décision avec la Commission canadienne du lait, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et AAC. Le 12 juin, la présidente et le directeur exécutif ont participé avec le MAECI, l'Office canadien de commercialisation des oeufs et les Producteurs de poulet du Canada à une réunion organisée par AAC pour discuter de la décision de l'OMC touchant le secteur laitier ainsi que des programmes canadiens de la volaille et des oeufs.

En matière de sensibilisation et de préparation à l'exportation, nous avons fait le suivi de la Mission de sensibilisation à l'exportation de viande de volaille en Asie en 1999, que nous avions organisée et coordonnée, et de la décision prise à la fin de 1999 en vue de créer un Groupe de travail sur l'exportation de viande de volaille.

Le Groupe de travail a tenu sa première réunion le 31 janvier 2000, rassemblant alors producteurs, transformateurs, surtransformateurs et négociants de dindon et de poulet, CNPA et agents de la Direction générale des services à l'industrie et aux marchés, à AAC.

Comme on l'a mentionné auparavant dans la présente Revue, notre directeur exécutif a été invité à la réunion qu'a tenue le 18 février l'Association canadienne des surtransformateurs de volailles (ACSV) pour y donner un exposé sur la Mission et solliciter sa participation au Groupe.

Le 25 mai, le CNPA et le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV) ont co-parrainé à Toronto une réunion afin de rassembler à nouveau les transformateurs de volailles pour examiner l'approche à l'exportation. À cette réunion, le CNPA a souligné les mesures prises dans l'industrie du boeuf par l'entremise de la Fédération canadienne pour l'exportation du boeuf, dont l'approche à l'exportation a résulté en des hausses intéressantes du commerce canadien de boeuf.

Le 30 octobre, le CNPA a invité quelque 20 chefs de file de l'industrie à une réunion du Groupe de travail sur l'exportation élargi. Quelques exportateurs chevronnés ont exposé leurs expériences. Les participants ont discuté de différentes perspectives sur le développement des marchés d'exportation. La Fédération canadienne pour l'exportation du boeuf a expliqué les succès remportés par l'industrie du boeuf en matière d'accroissement de la quantité et de la valeur de ses exportations, puis a offert de travailler de concert avec l'industrie de la volaille sur les marchés d'exportation. L'information recueillie lors de cette réunion a été diffusée dans les bulletins du CNPA et du CCTOV respectivement.

Suite à cette réunion, nous avons entrepris l'élaboration d'un plan d'action de concert avec l'industrie en vue des prochaines étapes à suivre pour la commercialisation des produits des oeufs et de la volaille sur les marchés d'exportation.

L'une de ces étapes était de repérer les foires alimentaires internationales appropriées. Une foire se démarquait nettement : la Foodex 2001 tenue à Tokyo du 13 au 16 mars. À la fin de 2000, le CNPA avait commencé à organiser le travail nécessaire pour que l'industrie de la volaille soit représentée au pavillon du gouvernement canadien.

Le CNPA est membre d'Équipe Canada inc., l'organisme commercial « virtuel » qui coordonne les programmes gouvernementaux de développement des exportations, l'information aux exportateurs et les autres services qu'offrent aux exportateurs les gouvernements et leurs partenaires du secteur privé. Nos représentants assistent aux réunions ordinaires du comité de direction d'Équipe Canada inc., au cours desquelles les membres se tiennent mutuellement à jour et examinent les progrès réalisés concernant les activités conjointes de l'Équipe. À titre d'organisme membre, nous avons participé à un sondage effectué par un consultant concernant la gouvernance à Équipe Canada inc.

Un autre projet auquel nous avons travaillé en 2000 visait à renforcer l'industrie par une plus grande préparation à l'exportation et par la création d'ouvertures sur les marchés d'exportation. Le projet avait pour but de mettre à jour les listes de fournisseurs de produits des oeufs et de la volaille dans le répertoire fédéral SourceCAN. SourceCAN est un réseau gratuit de commerce électronique qu'opère Industrie Canada, grâce auquel les acheteurs canadiens et étrangers peuvent trouver directement les sociétés qui fournissent des produits et services canadiens. Nous avons entrepris une campagne coopérative avec Industrie Canada et avec l'industrie de la volaille et des oeufs pour faire connaître le répertoire à toutes les sociétés de l'industrie et pour veiller à ce que toute société qui veut être inscrite sur la liste puisse y afficher un profil à jour et complet.

PILOTAGE DES GROUPES RESPONSABLES DE DENRÉES UTILISANT LA LCPA

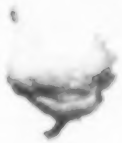
Nos fonctions dépassent le cadre de la volaille et des oeufs, et même des bovins...

... le travail du CNPA touche aussi les autres produits agricoles.

Bois, canola (colza), lin, luzerne, porc - le CNPA a piloté des décrets en vertu de la LCPA pour ces produits en 2000.

Agneau, pommes de terre — le personnel du CNPA a donné des conseils concernant la LCPA pour ces produits en 2000.

La LCPA est la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles*. Elle permet à l'administration fédérale d'octroyer à des groupes responsables de denrées certains pouvoirs pour la commercialisation des produits visés entre provinces, territoires ou pays, en autant que le gouvernement provincial ou territorial compétent ait déjà accordé à ce même groupe les pouvoirs équivalents de commercialisation au sein de ses frontières.



Un groupe responsable d'une denrée entame le processus par le dépôt d'une requête au CNPA en vertu de la LCPA. Le CNPA pilote alors le décret dans le processus fédéral d'évaluation et d'approbation, coordonnant ainsi le travail du groupe sectoriel, d'autres organismes fédéraux et, souvent, d'un ou deux gouvernements provinciaux.

Dans sa requête, le groupe doit fournir les renseignements du genre et du niveau appropriés. Le CNPA évalue le contenu de la requête et la prépare aux fins d'examen et d'approbation, notamment en ce qui touche l'évaluation des pouvoirs juridiques que le gouvernement provincial compétent permet au client d'exercer. Simultanément, le ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire évalue les questions de nature stratégique.

Une fois le décret approuvé, le CNPA prépare sa publication dans la Gazette du Canada, et le décret entre alors en vigueur.

En 2000, le CNPA a fait publier dans la Gazette six (6) décrets en vertu de la LCPA et travaillait à en faire paraître cinq (5) autres en 2001, en plus d'avoir donné des conseils à d'autres groupes sectoriels concernant la LCPA, ce qu'elle peut accomplir, ce que doit contenir une requête et ce qu'est le processus à suivre.

Pour simplifier le processus à suivre par les groupes sectoriels, le CNPA a lancé en 2000 l'initiative de produire un guide amélioré et plus commode pour la LCPA. Le CNPA a aussi poursuivi ses discussions avec le ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire et celui de la Justice pour améliorer l'administration de la LCPA, notamment en jalonnant les exigences réglementaires de prise et de publication des décrets.

Le site web du CNPA a aussi été mis à contribution par l'ajout d'une nouvelle section concernant le processus de requête en vertu de la LCPA, de sorte que les groupes sectoriels de tout le pays puissent obtenir promptement l'orientation nécessaire.

Amélioration du fonctionnement du Conseil

VISION ET PLANIFICATION

Où en sera le CNPA dans trois ans?

À quoi ressembleront les industries? À quoi ressembleront les régimes de commercialisation méthodique? Qu'en sera-t-il des organismes d'autres genres visés par le mandat du CNPA? Quelles seront les questions d'actualité dans les industries? En quoi consistera notre travail?

Où voulons-nous arriver dans trois ans — comment pouvons-nous y parvenir?

Voilà les questions soulevées durant notre séance de vision stratégique de l'an 2000. Entamé par les membres du Conseil, le travail a été élargi à des consultations avec nos groupes de partenaires au sein du gouvernement et dans le secteur agricole, puis s'est poursuivi par des discussions avec l'ensemble du personnel du CNPA et a résulté en un document énonçant notre vision stratégique. Le document de Vision stratégique a été diffusé à l'échelle de l'industrie et a servi de point de référence pour notre planification à moyen et à long terme.

Le 31 janvier, les membres du Conseil ont participé à une séance de deux jours de réflexion. Ils ont procédé à un remue-méninges portant sur des questions comme: Quelles activités supplémentaires pourrait entreprendre le CNPA pour offrir à l'industrie des mécanismes plus efficaces de règlement des différends? Quelles étaient les incidences — tant négatives que positives — de la mondialisation sur l'industrie et sur le régime de commercialisation méthodique? Nos perceptions en la matière diffèrent-elles de celles de l'industrie? Assiste-t-on à une montée du régionalisme dans les régimes nationaux de commercialisation méthodique et, le cas échéant, comment canaliser cette tendance? Certaines des réponses obtenues ont été intégrées en un plan d'action.

Une fois intégré au travail ordinaire de planification annuelle, ce plan d'action est devenu notre énoncé de Vision stratégique. La Vision stratégique établit les priorités du CNPA durant les trois prochaines années et les mesures à prendre pour réaliser ces priorités. Le document a été expédié par la poste à toutes les parties qui pouvaient s'y intéresser, annoncé et diffusé au moyen des bulletins et activités du CNPA et de l'industrie, en plus d'être affiché au site web du Conseil, à la section renouvelée des Priorités.

La Vision stratégique et le plan d'action à long terme pouvaient dès lors servir de cadre à nos processus annuels de planification et d'établissement des priorités.

Ils offraient aussi une structure de reddition de comptes. En l'an 2000 comme à chaque année, le CNPA a présenté deux rapports au Parlement. Le premier, au début du printemps, est le Rapport sur les plans et priorités. Il est fondé sur la planification stratégique annuelle du CNPA, et il décrit les plans, cible les résultats attendus et expose les besoins de ressources connexes durant les trois prochaines années. Le deuxième est déposé à l'automne : le Rapport sur le rendement, qui récapitule les réalisations de l'exercice écoulé. Pour l'an 2000, les rapports du CNPA ont paru dans les mêmes publications que ceux du ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire.

INTÉGRATION DE NOS EFFORTS À CEUX DE NOS PARTENAIRES FÉDÉRAUX

Le CNPA travaille avec le ministère fédéral de l'agriculture, les autres organismes relevant du portefeuille de l'agriculture et les organismes relevant d'autres portefeuilles dont les intérêts coïncident avec les nôtres. L'idée est de coordonner pour éliminer les chevauchements et les carences dans la valeur que nous apportons au grand public et aux groupes responsables de denrées avec lesquels le Conseil fait affaire.

Le Conseil national des produits agricoles est très conscient de sa responsabilité de remplir le rôle et les fonctions que lui a attribués le Parlement. Il reconnaît aussi sa responsabilité de répondre aux besoins des citoyens. Le Conseil, à titre de membre à part entière du portefeuille de l'agriculture et du développement rural, appuie les initiatives et les programmes du ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire.

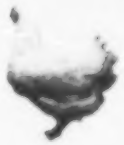
Le CNPA entretient d'étroits liens administratifs avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). Comme on l'a mentionné dans une section antérieure de la présente Revue, les rapports que le CNPA présente au Parlement sont inclus dans ceux d'AAC.

Le CNPA reçoit divers services administratifs d'AAC. Le CNPA s'appuie aussi sur le personnel technique d'AAC, qui assure le bon fonctionnement de son site web, la prestation efficace d'information à ses visiteurs et l'existence de liens bidirectionnels entre AAC et le CNPA pour orienter au besoin les visiteurs vers l'information ou les personnes-ressources de l'autre organisation.

Par l'entremise de ses membres et de son personnel bien informés à la fois des activités des quatre offices canadiens de commercialisation et des développements dans les diverses industries de produits agricoles, le Conseil a fourni sur demande des renseignements, des conseils et des analyses aux autres ministères et organismes gouvernementaux tout au long de l'année.

Le CNPA participe aux discussions en matière de planification et de politiques relativement à son mandat, fournissant notes d'information et conseils aux organismes d'autres portefeuilles pour la préparation de politiques et d'allocutions. Les représentants du CNPA prennent part à des réunions sur une base régulière avec les agents d'AAC et ceux des autres organismes du portefeuille de l'agriculture en matière de gestion, d'administration, d'informatique et de communication.

Dans le cadre d'un projet spécial en 2000, comme on l'a mentionné auparavant dans la présente Revue, le CNPA a collaboré avec AAC et Justice Canada à la rationalisation du processus d'approbation des demandes reçues en vertu de la *Loi sur les offices de commercialisation* (LCPA) afin de simplifier et d'accélérer le traitement des demandes présentées par les divers groupes responsables de denrées.



Le CNPA a aussi examiné avec Justice Canada et le Bureau du Conseil privé les façons dont on pourrait simplifier le traitement des règlements et ordonnances proposés par les offices canadiens de commercialisation. Le résultat : un processus plus commode, moins coûteux pour les offices canadiens, devait être mis en place en 2001.

Le suivi des développements concernant l'OMC et les activités agricoles internationales constitue un autre secteur d'efforts conjoints. Comme on l'a mentionné auparavant dans la présente Revue, AAC et le CNPA ont entretenu d'étroites relations concernant les négociations de l'OMC et ont rencontré la Commission canadienne du lait en 2000 concernant la décision de l'OMC sur les programmes d'exportation de produits laitiers.

Le CNPA contribue aussi aux programmes de délégations agricoles étrangères, que coordonne AAC. Cette année, le CNPA a présenté des exposés aux délégations de la Pologne et du Costa Rica concernant le régime canadien de commercialisation méthodique et la politique du gouvernement.

Le CNPA s'est joint aux autres organismes du portefeuille pour réaliser des initiatives et projets particuliers, comme le Programme emploi jeunesse, notamment par la publicité faite au programme auprès des industries avec lesquelles nous entretenons des rapports plus étroits et par nos efforts conjugués en vue de produire une brochure et d'offrir un site web spécial où les jeunes pouvaient obtenir plus de précisions sur le programme. Un autre projet a réuni le CNPA, AAC et l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair afin d'entreprendre pour la volaille l'élaboration d'une base de données qui sera plus accessible et constituera une solide assise commune à la décision et à la réflexion.

Le CNPA a participé à des réunions pan-gouvernementales et a collaboré à de grands dossiers et projets fédéraux avec d'autres organismes fédéraux. Voici quelques exemples décrits auparavant dans la présente Revue : le CNPA a contribué par ses compétences au travail de l'équipe qu'a pilotée le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en matière d'importation de poulet; le CNPA est un membre actif d'Équipe Canada inc., qui vise à sensibiliser à l'exportation et à la prestation de services aux exportateurs; et le CNPA s'est joint à Industrie Canada pour élaborer un répertoire des exportateurs SourceCAN.

Le CNPA participe aussi aux autres initiatives pan-gouvernementales, comme l'initiative *Gouvernement en direct* en vue d'utiliser davantage les nouvelles technologies de prestation de services ou la nouvelle *Boîte à outils (Normalisation des sites Internet)* en vue d'aider les visiteurs du web à consulter plus facilement les ressources offertes par les organismes fédéraux sur le web.

EXPLICATION DE NOTRE RÔLE

« Le Conseil national des produits agricoles supervise-t-il tous les produits agricoles? »

« Qu'est-ce que la commercialisation méthodique? »

« Comment fonctionne le régime de commercialisation méthodique? Quel rôle joue le CNPA dans ce régime? »

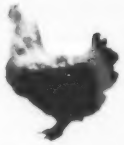
« Comment les développements mondiaux toucheront-ils ces régimes au Canada? »

« Je cherche à vendre quelques tonnes de soya. Voulez-vous les acheter? »

« Je voudrais acheter des noix de pin. En avez-vous à vendre? »

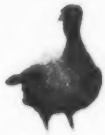
... et « Existe-t-il vraiment des oeufs verts? »

Voilà quelques questions auxquelles a répondu le CNPA en 2000! Certaines ont été posées aux membres et au personnel du CNPA lors des réunions ordinaires et des contacts usuels. D'autres sont parvenues par télécopieur ou par la poste. Et d'autres encore par notre site web.



Le CNPA accorde une grande importance à la prestation de renseignements à valeur ajoutée : fournir des renseignements non disponibles ailleurs ou orienter la personne vers la bonne source d'information.

Le CNPA utilise de nombreux outils pour expliquer notre rôle, sa nature, nos fonctions et notre raison d'être : son site web; le bulletin FOCUS publié à intervalle de deux semaines; les mises à jour mensuelles données au ministre de l'Agriculture et Agroalimentaire ainsi qu'aux autres membres du portefeuille de l'agriculture; les entrevues avec les médias; les articles dans la presse agricole; les brochures de lignes directrices; et les exposés présentés à son bureau central et à divers autres endroits.



En 2000, le CNPA a amélioré continuellement son site web, notamment par de nouvelles sections touchant la proposition d'un office des bovins, les dispositions législatives encadrant les fonctions du CNPA, la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* et les processus de requête, et les offices de promotion et de recherche en général. À l'automne, le CNPA a aussi lancé à son site web un compte rendu éclair des réunions du Conseil. Il a aussi entamé la planification et la mise en oeuvre de la conception et des changements fonctionnels que requiert la nouvelle Boîte à outils (Normalisation des sites Internet) dans le cadre du Programme de coordination de l'image de marque pour les organismes fédéraux.

Nous avons de plus amélioré la façon de guider les visiteurs à notre site web par une meilleure adaptation aux modes de recherche et d'affichage des divers portails à l'Internet. Nous avons facilité à nos visiteurs la compréhension de l'information présentée à notre site et avons offert des liens rapides et commodes pour réorienter leurs questions aux sites où ils ont plus de chance de trouver les réponses cherchées. Grâce à ces améliorations, le nombre de visiteurs égarés ou de questions reçues par erreur a considérablement diminué. Nous avons ainsi libéré les ressources du réseau et épargné au personnel du CNPA le temps que nécessitait la

réorientation des visiteurs, en plus d'éviter d'importants inconvénients aux chercheurs d'information.

Le site web affiche plusieurs documents aussi offerts et diffusés sur support papier : l'énoncé de Vision stratégique; les avis et renseignements concernant les processus d'audiences et d'évaluation de la création d'un office des bovins; et les fiches documentaires Agrofaits qui donnent un aperçu des industries de la volaille et des oeufs ainsi que de bonnes sources d'information.

Le site web affiche aussi pour toute l'année 2000 nos allocutions et nos exposés, souvent avec appui visuel.

Ces allocutions ont constitué une importante partie de nos efforts de rayonnement en l'an 2000. Les représentants du CNPA ont assisté à la plupart des assemblées annuelles tenues par les organismes provinciaux de commercialisation méthodique au pays. Plusieurs ont été invités à prendre la parole, notamment à celles des offices canadiens au printemps.

Comme on l'a déjà mentionné dans la présente Revue, le CNPA a organisé des exposés spéciaux destinés aux industries concernant les exportations, la Mission de sensibilisation à l'exportation de viande de volaille en Asie en 1999 et les développements touchant l'OMC. En outre, nous avons fait des exposés pour expliquer le régime de commercialisation méthodique aux délégations étrangères au Canada.

Un important exposé a été fait à la conférence sur l'agriculture, qu'ont tenue les associations de banquiers canadiens et américains à Winnipeg à la fin de septembre. Cet exposé avait été demandé par les banquiers américains, qui avaient beaucoup entendu parler de ce régime canadien de « commercialisation méthodique » et voulaient en savoir plus. Il faut dire que l'exposé a constitué une bonne orientation pour de nombreux Canadiens aussi. Après l'exposé, plusieurs banquiers américains voulaient savoir comment les Américains pourraient mettre en place chez eux une forme de régime de commercialisation méthodique!

Voilà certaines réponses qu'a données le CNPA à ceux qui demandaient ce que fait le CNPA, quels avantages le régime de commercialisation méthodique apporte aux Canadiens, quelles sont les sources d'information sur l'achat et la vente de divers produits agricoles, et une large gamme d'autres questions.

Et, que oui, il existe effectivement des oeufs verts...

FONCTIONNEMENT PLUS EFFICACE

Pour réaliser son plan et procurer une valeur, le CNPA s'est efforcé d'accroître l'efficacité et la valeur de ses propres activités.

Budgétisation
L'an 2000 a été marqué par de meilleurs liens aux services de planification financière que fournit au CNPA le ministère de l'Agriculture et Agroalimentaire, suite à une entente conclue en 1999. La Direction générale des services intégrés assure maintenant la prestation des services de planification financière, ce qui procure au CNPA un lien direct aux services centraux de budgétisation et un accès plus direct aux renseignements sur la planification centrale.

Revue de l'attribution des crédits
Le CNPA a terminé la revue entreprise en 1999 concernant la façon dont il reçoit les fonds que lui accorde le Parlement, ce qu'on appelle communément « attribution des crédits ». La décision prise a été que le CNPA conserverait les arrangements existants et continuerait à utiliser le processus de budgétisation par l'entremise d'AAC plutôt que d'être approvisionné directement par le Conseil du Trésor.

PROTOCOLE D'ENTENTE CNPA-AAC
En 2000, nous avons entamé le travail visant à élaborer avec AAC un protocole d'entente qui énonce clairement quels services et niveaux de service AAC fournit au CNPA. Ce travail se poursuivra l'an prochain.

PROTOCOLE D'ENTENTE CNPA-CFP
Le CNPA s'est appliqué à mettre au point en 2000 un autre protocole d'entente avec la Commission de la fonction publique en matière de reddition de compte pour le processus de dotation en personnel. La CFP conclut des ententes avec tous les ministères et organismes pour la reddition de compte envers elle-même et envers le Conseil du Trésor concernant les pouvoirs délégués de dotation. On s'attend à ce que le CNPA signe son entente avec la CFP en 2001.

MESURES DE DOTATION
Au cours du premier semestre de l'an 2000, deux membres du personnel du CNPA sont revenus au bercail au terme d'un échange de poste avec AAC en vue d'améliorer leurs connaissances et de resserrer les relations avec le Ministère. L'un des échanges était avec la Division des politiques sur la volaille et l'autre avec l'équipe d'informatique du Ministère. Un autre poste a été converti de la base durée indéterminée à long terme à la base permanente. Pour combler les ouvertures temporaires tout au long de l'année, plusieurs membres du personnel ont été choisis et intégrés au personnel du CNPA jusqu'à ce que l'effectif soit complet.

GLOSSAIRE D'ACRONYMES

AAC	Agriculture et Agroalimentaire Canada
ACEB	Association canadienne des éleveurs de bovins
ACSV	Association canadienne des surtransformateurs de volailles
ANRA	Association nationale des régies agroalimentaires.
CCCA	Conseil canadien de commercialisation agroalimentaire
CCTOV	Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles
CDP	Coût de production
CFP	Commission de la fonction publique
CNPA	Conseil national des produits agricoles
AFP	Accord fédéral-provincial
GATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce
LCPA	Loi sur la commercialisation des produits agricoles
LMIC	Liste de marchandises d'importation contrôlée
MAECI	Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
OCCD	Office canadien de commercialisation du dindon
OCCO	Office canadien de commercialisation des oeufs
OCCOIPC	Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair
OMC	Organisation mondiale du commerce
PPC	Producteurs de poulet du Canada
T.N.-O.	Territoires du Nord-Ouest